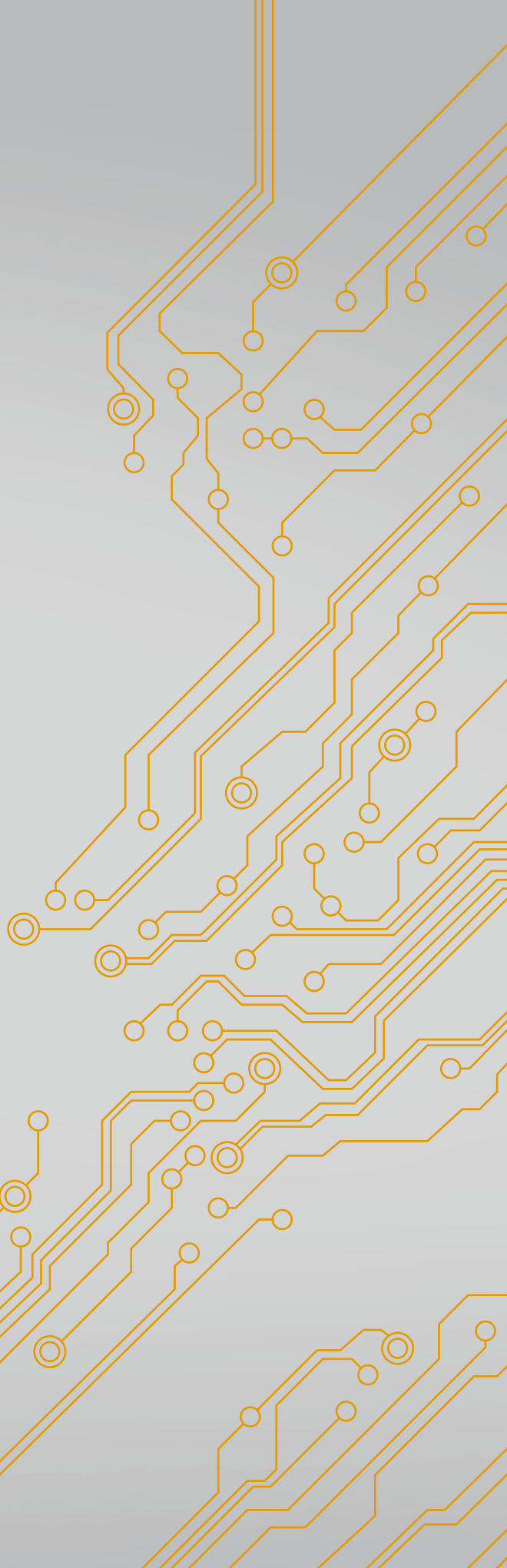





HELLA

GESCHÄFTSBERICHT 2011/2012



The background features a light grey color with decorative orange circuit-like lines. These lines are composed of multiple parallel lines that branch out and connect to small circles, resembling a network or data flow diagram. The lines are primarily located on the left side and bottom of the page, with some extending horizontally across the middle.

NETZWERKE NUTZEN // Mit unserer Netzwerkstrategie verfolgen wir langfristig das Ziel, unseren Kunden mit gebündelten Kompetenzen den besten Nutzen zu verschaffen. Ausgehend von starken und fairen Partnerschaften, die uns mit unseren Joint Ventures, unseren Kunden und Lieferanten sowie mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verbinden, erzielen wir so beste Ergebnisse.

HELLA

GESCHÄFTSBERICHT 2011/2012

INHALT

2	Vorwort
5	Unternehmensstruktur
6	Die Geschäftsführung der HELLA KGaA Hueck & Co.
8	Fokusstory: Netzwerke nutzen
14	Konzern
22	Automotive
26	Licht
32	Elektronik
38	Aftermarket
48	Special Applications
58	Finanzbericht
61	Konzern-Lagebericht
81	Konzern-Jahresabschluss (Auszug)
89	Wesentliche Beteiligungen



Von links nach rechts: Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking,
Dr. Jürgen Behrend, Dr. Rolf Breidenbach

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

am 31. Mai 2012 hat HELLA das bisher beste Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte erfolgreich abgeschlossen. Mit einem Umsatz von 4,8 Mrd. Euro konnte der bereits sehr gute Vorjahreswert nochmals um 10 % übertroffen werden. Auch das operative Ergebnis (EBIT) erreichte mit 346 Mio. Euro eine neue Bestmarke. Entscheidend hierfür waren vor allem die starke Nachfrage nach Premiumfahrzeugen in den Wachstumsmärkten sowie unsere Ausrichtung auf die zentralen Trends der Automobilindustrie. So trugen alle Geschäftssegmente – Automotive, Aftermarket und Special Applications – in einem ihrer Größe angemessenen Rahmen zum Ergebnis bei.

Die internationale Aufstellung und das diversifizierte Produktportfolio erlauben es HELLA, sich auch bei Eintreten regionaler Marktschwankungen weiterhin stabil zu entwickeln. Wachstumsmöglichkeiten boten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr 2011/2012 insbesondere in den Emerging Markets, allen voran China, sowie in den USA. Der Nachfragerückgang in der Automobilindustrie infolge der Verunsicherung der europäischen Märkte konnte auf diese Weise ausgeglichen werden. Darüber hinaus schuf auch das ausbalancierte Produktportfolio mit Licht-, Elektronik-, Aftermarket- sowie Special Applications-Produkten eine hohe Stabilität.

Entwicklungs- und Designkompetenz spielen beim Ausbau der Technologieführerschaft des HELLA Konzerns eine entscheidende Rolle. Daher investierten wir im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 388 Mio. Euro bzw. 8 % unseres Umsatzes in die Entwicklung innovativer Technologien und Produkte sowie in den Aufbau von qualifiziertem Personal rund um den Globus. Innovation und Entwicklungsstärke sind die kontinuierliche Basis unserer guten Wettbewerbsposition.

Das solide Finanzfundament konnte weiter deutlich gestärkt werden. Auf Basis des erzielten operativen Erfolgs konnte HELLA die langfristig angelegte Finanzstruktur nochmals optimieren. Die Nettofinanzschulden konnten deutlich auf rund 300 Mio. Euro gesenkt werden und betragen damit weniger als die Hälfte des EBITDA. Erfreulich war überdies die positive Bewertung durch die Ratingagentur Moody's, die das Rating für den HELLA Konzern im Februar 2012 um eine Stufe auf den klaren Investment-Grade „Baa2“ mit weiterhin stabilem Ausblick an hob.

Die internen und externen Netzwerke konnten weiter ausgebaut werden. So entwickelten sich insbesondere unsere international agierenden Gemeinschaftsunternehmen sehr erfolgreich. Dies zeigt sich unter anderem in einem starken Anstieg des Beteiligungsergebnisses der at Equity bilanzierten Joint Ventures. Weitere langfristig angelegte Partnerschaften konnte HELLA insbesondere in China aufbauen, wo wir mit der Gründung eines neuen Joint Ventures eine wichtige Basis für weiteres Wachstum in dieser Region legen konnten.

Das neue Geschäftsjahr steht im Zeichen großer wirtschaftlicher Unsicherheit. Für diese zukünftige Phase sind wir als Unternehmen sowohl operativ als auch strategisch gut aufgestellt. Die erfolgreiche Bewältigung der Wirtschaftskrise im Geschäftsjahr 2008/2009 und die Ergebnisse der vergangenen Jahre haben unsere Eigenkapitalbasis und bilanzielle Finanzstruktur nachhaltig gestärkt. Auf dieser Grundlage werden wir den Herausforderungen in der Zukunft konsequent, nachhaltig und erfolgreich begegnen.

Zu den erreichten Geschäftserfolgen haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in besonderem Maß beigetragen. Für ihr Engagement und ihren Einfallsreichtum möchten wir ihnen an dieser Stelle danken. Darüber hinaus gilt unser Dank auch unseren Geschäftspartnern und Kunden, deren fortwährendes Vertrauen das Fundament unseres Geschäftserfolges darstellt. Auch in Zukunft werden wir unser Bestes geben, um diesem Vertrauen in die Leistungsfähigkeit von HELLA als verlässlicher Partner gerecht zu werden.

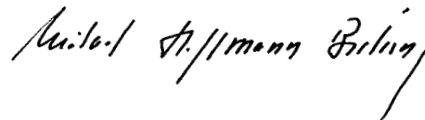
Lippstadt, im September 2012



Dr. Jürgen Behrend

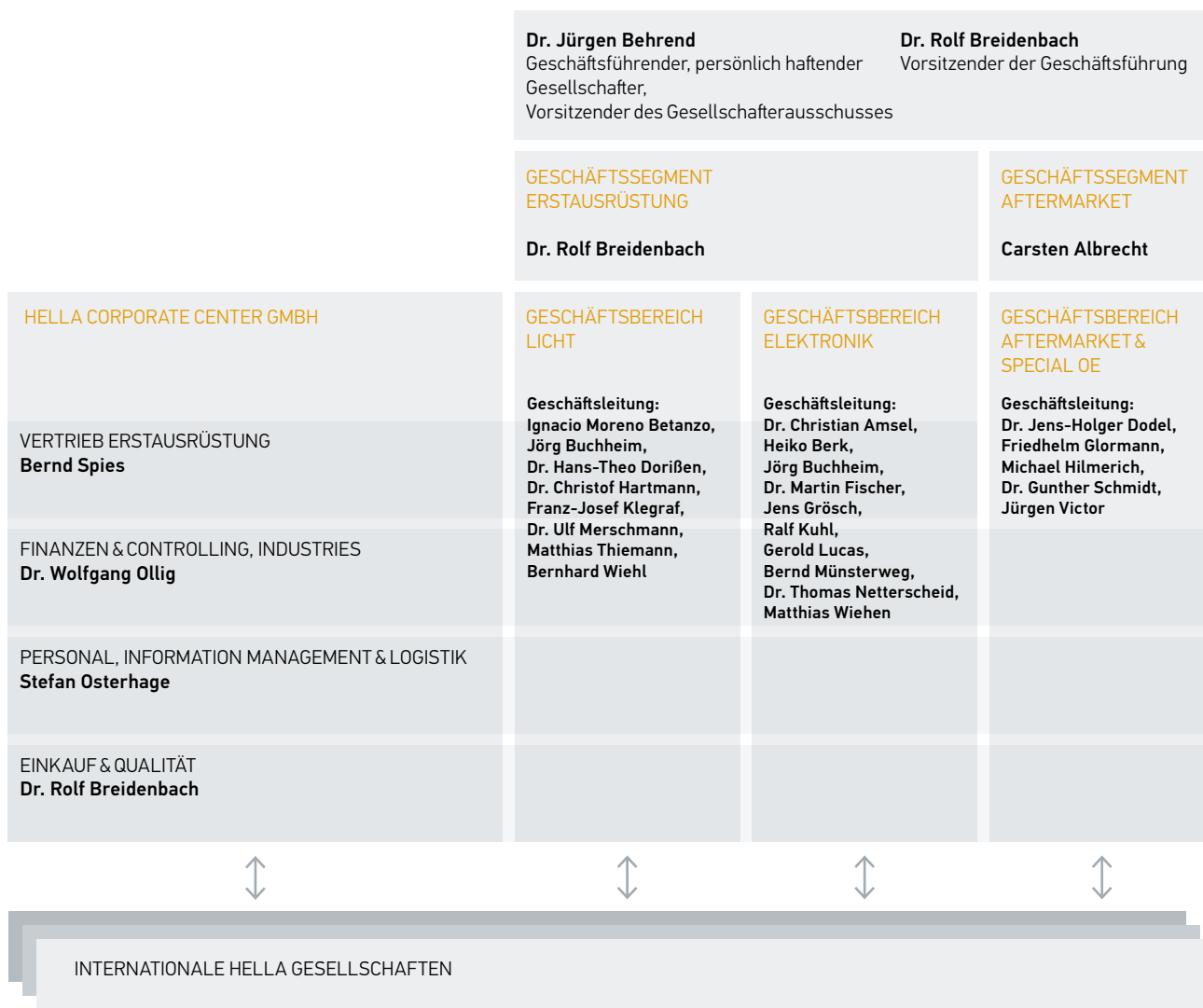


Dr. Rolf Breidenbach



Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking

HELLA KGaA HUECK & CO.



Komplementäre: Dr. Jürgen Behrend, HELLA Geschäftsführungsgesellschaft mbH, HELLA Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG

Geschäftsführer der HELLA Geschäftsführungsgesellschaft mbH: Dr. Rolf Breidenbach (Vorsitz), Carsten Albrecht, Dr. Wolfgang Ollig, Stefan Osterhage, Bernd Spies

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking

Gesellschafterausschuss: Dr. Jürgen Behrend (Vorsitzender), Roland Hammerstein (stellvertretender Vorsitzender), Dr. Dietrich Hueck, Dr. Gerd Kleinert, Klaus Kühn



Von links nach rechts: Bernd Spies, Dr. Rolf Breidenbach, Dr. Jürgen Behrend,
Carsten Albrecht, Stefan Osterhage, Dr. Wolfgang Ollig

DIE GESCHÄFTSFÜHRUNG DER HELLA KGAA HUECK & CO.



**WIE FUNKTIONIERT DIE
NETZWERK-
STRATEGIE
VON HELLA?**

NETZWERKE NUTZEN

JE EIGENSTÄNDIGER JOINT VENTURES SIND, UMSO ERFOLGREICHER WERDEN SIE AGIEREN

HELLA hat neben den eigenen Gesellschaften und Beteiligungen seit Ende der 1990er-Jahre mehr als ein Dutzend Joint Ventures in aller Welt gegründet. Im Interview begründet Dr. Jürgen Behrend, warum der Konzern auf Kooperationen setzt. Und der geschäftsführende, persönlich haftende Gesellschafter erklärt, welche Voraussetzungen auf jeden Fall gegeben sein müssen, um sich so eng mit anderen Unternehmen zu verknüpfen: gegenseitiges Vertrauen, Synergien für beide Seiten und signifikanter Nutzen für die Kunden.

Im Jahr 1998 gründete HELLA die ersten beiden Joint Ventures mit dem Klima- und Kühlungsspezialisten Behr. Seitdem folgten zahlreiche weitere gemeinsame Unternehmen, die die Kompetenzbereiche Licht, Elektronik und Handel abdecken. Der Gesamtumsatz dieser Firmen liegt – mit steigender Tendenz – mittlerweile bei fast 2,0 Mrd. Euro. Rund 800 Mio. Euro davon beträgt der Anteil von HELLA. Die Partnerschaften können indes sehr unterschiedliche Größen haben: Vom 50-Mitarbeiter-Unternehmen Intedis, mit dem HELLA elektrische und elektronische Fahrzeugarchitekturen entwickelt, bis zu

Gemeinschaftsunternehmen, die mehrere Hundert Mio. Euro umsetzen.

Die Joint Ventures arbeiten in vielen Feldern. Die Elektronikkompetenz von HELLA und die mechanischen und systemischen Karosseriekompetenzen von Mando aus Südkorea werden zum Beispiel im 2008 gegründeten Joint Venture Mando Hella Electronics zu am Markt führenden Fahrwerk-Elektroniken und Fahrerassistenz-Systemen vereint. Ebenfalls 2008 startete Hella Gutmann Solutions. Das süddeutsche Unternehmen bringt die Diagnosewerkzeuge der Messtechnik-Firma mit dem Vertriebsnetz und der

Ersatzteilkompetenz von HELLA zusammen. Das jüngste Beispiel ist das Anfang 2012 gegründete Joint Venture zwischen HELLA und dem chinesischen Spezialisten für Kfz-Ersatzteile und Zubehör, Changchun Faway Automobile Components. Gemeinsam soll die führende Rolle von HELLA als Lichtspezialist im Wachstumsmarkt Asien ausgebaut werden.



„Natürlich besitzt jedes Joint Venture ein erhebliches Stück der DNA der Gründungsunternehmen, aber mit der Zeit bildet es zunehmend seine spezifischen Merkmale und Eigenschaften aus.“ Dr. Jürgen Behrend, geschäftsführender, persönlich haftender Gesellschafter von HELLA

HERR DR. BEHREND, HELLA ARBEITET HÄUFIG MIT ANDEREN UNTERNEHMEN IN JOINT VENTURES ZUSAMMEN. WARUM VERFOLGEN SIE EINE NETZWERKSTRATEGIE?

Dr. Jürgen Behrend: Die Strategie haben wir Ende der 1990er-Jahre entwickelt. Aufgrund des Paradigmenwechsels in der Automobilindustrie zu Beginn des Jahrzehnts mussten Unternehmen immer internationaler werden, um erfolgreich zu sein. Zugleich nahm die Konkurrenz aus Japan, später auch aus Korea zu – schon länger beobachten wir das

Gleiche aus China. Ein starker Konzentrationsprozess führte dazu, dass viele kleinere Unternehmen vom Markt verschwanden oder ihre Unabhängigkeit verloren. Als Familienunternehmen mittlerer Größe stellten wir uns die Frage, wie wir auch in Zukunft neue Märkte besetzen und technologisch zugleich innovativ sein konnten. Wollten wir früher oder später Teil eines größeren Konzerns werden – oder wollten wir auf andere Weise die Herausforderungen angehen? Die Netzwerkstrategie war die richtige Antwort darauf.

WIE HABEN SIE SICH IHRE PARTNER AUSGESUCHT?

Durch Kooperationen wollen wir erreichen, dass wir auf den jeweiligen Gebieten ebenso stark und leistungsfähig sind wie deutlich größere Zulieferer. Wir wollen damit auch Skaleneffekte etwa bei der Entwicklung und Produktion erzielen. Unsere Partner benötigen daher Fähigkeiten, die wir nicht besitzen – und umgekehrt. Aus diesen Synergien sollte darüber hinaus ein wirklicher Mehrwert für den Kunden resultieren, der die Zusammenarbeit akzeptieren und für sich als wertvoll empfinden muss. Weil wir

»Es ist enorm wichtig, dass die Unternehmensführung die Gründung eines Joint Ventures gerade in der Aufbauphase sehr konsequent begleitet, immer wieder alle Beteiligten dafür gewinnt und auch auf diesem Kurs hält.«

DR. JÜRGEN BEHREND

intern auf Kooperation, unternehmerische Eigenverantwortung und dezentrale Führung setzen, sollten die Partner auf Augenhöhe sein und eine ähnliche Firmenphilosophie haben – nur so kann aus unserer Sicht eine gleichberechtigte Kooperation mit einer gemeinsamen Führung zu gleichen Anteilen funktionieren.

KÖNNEN SIE DAS AN EINEM BEISPIEL ERKLÄREN?

Das erste Joint Venture haben wir mit der Firma Behr aus Stuttgart gegründet. So wie wir war auch der damalige CEO Horst Geidel vom Nutzen einer Kooperationsstrategie überzeugt. Nehmen wir das Beispiel Klimaautomatik: Behr als Spezialist für Kühlung und Klima, aber ohne eigene Elektronikkompetenz, und HELLA mit dem Wissen um elektronische Steuerung passten sehr gut zusammen. Sowohl technologisch als auch als Familienunternehmen mit durchaus ähnlichen Unternehmensphilosophien. BHTC ist mittlerweile 14 Jahre alt und macht mit mehr als 1.200 Mitarbeitern rund 300 Mio. Euro Umsatz. Im selben Jahr haben wir mit Behr auch das Joint Venture HBPO gegründet, das Frontendmodule entwickelt.

HATTEN SIE SORGE, DASS ES NICHT FUNKTIONIEREN KÖNNTE?

Nein. Es ist aber enorm wichtig, dass die Unternehmensführung eine solche Neugründung gerade in der Aufbauphase sehr konsequent begleitet, immer wieder alle Beteiligten dafür gewinnt und auf diesem Kurs hält – auch insofern, weil die Partnerschaft mit Behr und Horst Geidel ein erfolgversprechender Anfang unserer Kooperationsstrategie war. Ebenso essenziell sind gegenseitiger Respekt, Fairness und persönliches Vertrauen zwischen den Führungskräften. Genauso sollten aber auch beide Partner von vornherein sicherstellen, dass es Sanktionen gibt für den Fall, dass einer der beiden die getroffenen Vereinbarungen nicht einhält.

MIT BEHR HABEN SIE DIE JEWELIGEN TECHNOLOGIEN VEREINT. WIE SETZEN SIE DIE NETZWERKSTRATEGIE FÜR DIE INTERNETIONALISIERUNG EIN?

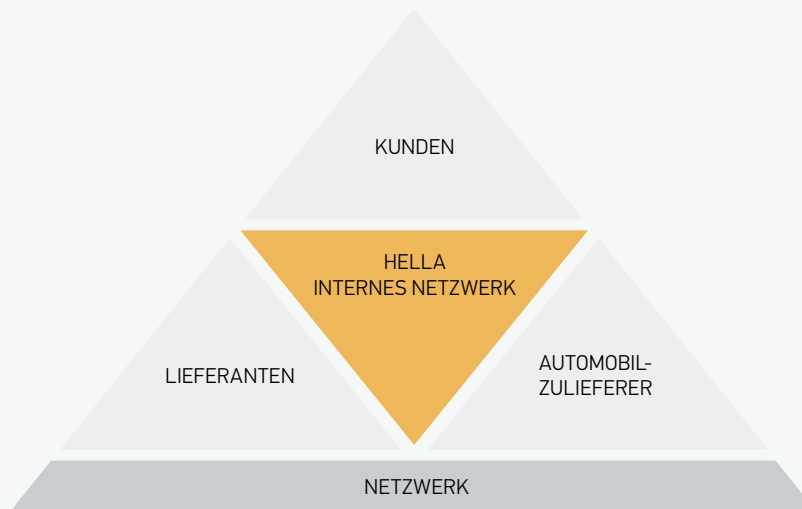
Wir haben weitere Kooperationen mit deutschen, dann auch mit internationalen Zulieferern begründet, bei denen Synergien entstanden sind. Im Ausland kam ein weiterer wichtiger Effekt hinzu: Zum Beispiel in Südkorea ist es für ein ausländisches Unterneh-

men sehr schwierig, von den südkoreanischen Autoherstellern als Zulieferer anerkannt zu werden. Durch Joint Ventures mit den südkoreanischen Unternehmen SamLip und Mando konnten wir deren Kompetenzen nutzen und uns Zugang zum Markt eröffnen. Einmal als Zulieferer akkreditiert, können wir dort neben unseren Joint Venture-Gesellschaften auch eigenständig als HELLA tätig werden.

EIN JOINT VENTURE, BEISPIELSWEISE IN SÜDKOREA, IST SEHR WEIT WEG VON DER HELLA ZENTRALE IN LIPPSTADT. WIE SORGEN SIE DAFÜR, DASS DIE KOOPERATIONEN AUCH IN IHREM SINNE ARBEITEN?

In der ersten Phase geht es darum, dass beide Partner ihre technologischen Fähigkeiten und Kompetenzen einbringen; Experten arbeiten für längere Zeit dort und gestalten den Aufbau mit. Danach muss auch in der laufenden Zusammenarbeit immer wieder Austausch stattfinden. Aber: Generell sollten die Unternehmen im Ausland von Mitarbeitern getragen werden, die von dort kommen. Denn je eigenständiger die Joint Ventures sind, umso erfolgreicher werden sie agieren – von welchem der beiden Partner zum Beispiel die Geschäftsführer kommen oder

HELLA HAT EIN NETZWERK AUFGEBAUT, DAS AUF VIELEN EBENEN FUNKTIONIERT



KUNDEN HELLA geht Partnerschaften mit Kunden ein, für die das Unternehmen als strategischer Kernlieferant arbeitet.

INTERNES NETZWERK Die unterschiedlichen Gesellschaften von HELLA arbeiten international zusammen.

LIEFERANTEN HELLA verknüpft sich mit Unternehmen, die dem Konzern wichtige Teile liefern, besonders eng.

AUTOMOBILZULIEFERER Manche Zulieferer bieten Technologien, die die Produkte von HELLA gut ergänzen. Mit diesen Firmen geht das Unternehmen weitergehende Partnerschaften ein.

ob sie aus anderen Unternehmen rekrutiert werden, ist unerheblich.

VERWÄSSERT DADURCH NICHT IRGENDWANN DER EINFLUSS VON HELLA?

Ich würde den Ausdruck „verwässern“ durch etwas Positiveres ersetzen: Das Joint Venture gewinnt im Laufe der Zeit seine eigene Identität. Der Prozess der unternehmerischen Selbstorganisation ist beabsichtigt. Natürlich besitzt ein solches Unternehmen ein erhebliches Stück der DNA der Gründungsfirmen. Zunehmend bildet es dann seine spezifischen Merkmale

und Eigenschaften aus – es ist ja auch auf einem sehr speziellen Gebiet tätig und soll gegenüber seinen Kunden als eigenes Unternehmen auftreten. Für diese ist es wichtig zu wissen, dass das Joint Venture seine unternehmerischen Entscheidungen selbst trifft und die Muttergesellschaften nur die langfristigen strategischen Leitlinien vorgeben.

WO SEHEN SIE WEITERE JOINT VENTURES FÜR HELLA?

Wir setzen einen besonderen Schwerpunkt in China. Dort sind wir schon seit 20 Jahren aktiv und beschäftigen aktuell 3.800 Mitarbeiter an zehn

Standorten. Die Entwicklung ist sehr dynamisch: Anfang des nächsten Jahrzehnts wird der chinesische Markt genauso groß sein wie der europäische und der amerikanische zusammen. Schon heute sind 24 % aller von HELLA produzierten Teile in Autos verbaut, die in Asien, und dort hauptsächlich in China, fahren. Wir haben deswegen mit einem der vier großen chinesischen Autokonzerne eine feste Joint Venture-Vereinbarung getroffen, mit einem weiteren eine Absichtserklärung. Und damit haben wir den Grundstein dafür gelegt, dass HELLA die Präsenz in China noch einmal signifikant ausweiten kann.



EUROPA



NORD- UND
SÜDAMERIKA



AFRIKA

HELLA KONZERN

Asien/Pazifik

Australien

China

Dubai

Neuseelan

Philippine

Singapur

Südkor

Russland



»In Rumänien bin ich für die Steuerung übergeordneter Funktionen wie Personal, Finanzen und Controlling, IT oder Einkauf zuständig. Visionen und Ziele werden in enger Abstimmung mit der Konzernzentrale umgesetzt. Auf die Unterstützung aus Lippstadt kann ich mich auch in schwierigen Situationen zu jeder Zeit verlassen.«

MIRABELA CHERA – LEITERIN DES HELLA CORPORATE CENTERS IN TIMIȘOARA, RUMÄNIEN
KLAUS-MARTIN HEGEMANN – LEITER ZENTRALES CONTROLLING IN LIPPSTADT, DEUTSCHLAND

FÜHRENDE TECHNOLOGIE UND GLOBALE LEISTUNGSSTÄRKE

HELLA hat im Geschäftsjahr 2011/2012 den Umsatz um 10% auf 4,8 Mrd. Euro gesteigert. Im Automotive-Bereich profitiert HELLA von der anhaltend hohen Nachfrage nach Premiumfahrzeugen auf den globalen Wachstumsmärkten. Daneben bauten auch die Segmente Aftermarket und Special Applications ihr Geschäft mit spezifischen Kundenlösungen und technologisch führenden Produkten aus. Das operative Ergebnis (EBIT) erreichte mit 346 Mio. Euro einen neuen Rekordwert. Ergebnisentwicklung und interne Cashflow-Generierung ermöglichen den weiteren Ausbau der Technologieführerschaft und die Stärkung der globalen Wettbewerbsfähigkeit.

STARKES FAMILIENUNTERNEHMEN IN INTERNATIONALEM UMFELD

Die HELLA KGaA Hueck & Co. ist einer der Top-50-Automobilzulieferer weltweit und gehört zu den 100 größten deutschen Industrieunternehmen. Die starke internationale Ausrichtung des Familienunternehmens prägt von jeher die Firmenkultur. An weltweit über 70 Standorten in 30 Ländern arbeiten mehr als 27.000 Mitarbeiter/-innen an neuen Technologien und innovativen Systemen, die Fahr-

zeuge sicherer, komfortabler und umweltfreundlicher machen. HELLA verfügt europaweit über eine der größten Handelsorganisationen für Kfz-Teile, -Zubehör, Diagnosesysteme und Dienstleistungen. Zudem überträgt HELLA die hohe Kompetenz im Einsatz von LED-Technologie und intelligenter Elektronik auf Produkte für Spezialfahrzeuge wie Landmaschinen sowie neue Anwendungsbereiche bei Industriekunden. Um die Technologieführerschaft zu stärken, hat HELLA im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 388 Mio. Euro in Forschung und Entwicklung inves-



Im 140 Meter langen Lichtkanal vermessen und testen HELLA Ingenieure innovative Scheinwerfertechnologien und Lichtquellen

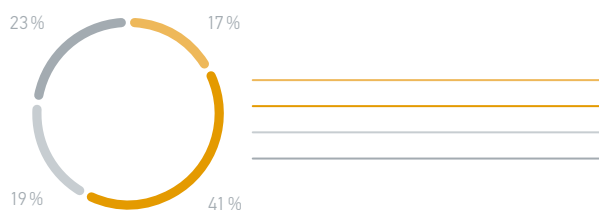
tiert – das entspricht rund 8 % des Konzernumsatzes. Knapp 5.000 Mitarbeiter/-innen forschen an neuartigen Technologien und stärken die Innovationskraft des Unternehmens langfristig.

WACHSTUM MIT AUSGEWOGENEM GESCHÄFTS-PORTFOLIO

Die Aktivitäten des HELLA Konzerns gliedern sich in drei Segmente, die zusammen das ausbalancierte Geschäftsportfolio des Unternehmens abbilden. Im Segment Automotive bündelt HELLA die Entwicklung, Herstellung sowie Vermarktung von Komponenten und Systemen der Lichttechnik und Elektronik für Fahrzeughersteller und andere Zulieferer. HELLA orientiert sich dabei an den zentralen Megatrends der Automobilindustrie – Umwelt, Sicherheit und Komfort – und begegnet diesen mit Produkten wie Intelligenten Batteriesensoren, radarbasierten Fahrerassistenten

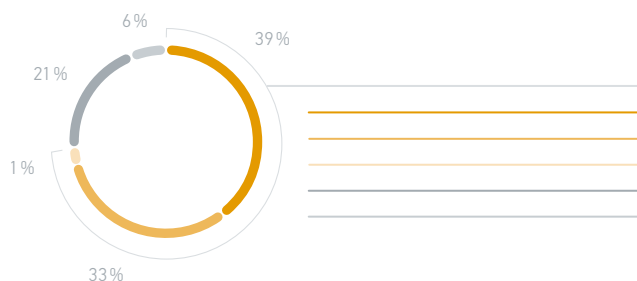
Systemen sowie adaptiven Lichtsystemen. Daneben entwickelt, produziert und vermarktet HELLA im Segment Aftermarket Produkte für den unabhängigen Teilehandel und für Werkstätten. Im Segment Special Applications bedient HELLA Zielgruppen von Baumaschinen- und Bootsherstellern bis hin zu Kommunen und Energieversorgern mit innovativen Licht- und Elektronikprodukten. Die systematische Übertragung und geeignete Adaptation von Technologie-, Prozess- und Qualitäts-Know-how aus dem Automotive-Bereich bildet die Basis für die hohe Wettbewerbsfähigkeit bei Kosten und Innovation.

Für den HELLA Konzern ergeben sich aus diesem ausgewogenen Geschäftsportfolio durch unterschiedliche Branchenzyklen attraktive Wachstumschancen bei einem zugleich reduzierten Risikoprofil. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die sich ergänzenden Geschäftssegmente Automotive und Aftermarket. Während sich der Absatz von Pkw und damit das Geschäft mit der



REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN – GJ 2011/2012

Deutschland 811 Mio. €
 Europa ohne Deutschland 1.987 Mio. €
 Nord- und Südamerika 897 Mio. €
 Asien/Pazifik/RoW 1.115 Mio. €



FREMDUMSATZ NACH GESCHÄFTSAKTIVITÄTEN – GJ 2011/2012

Automotive	3.479 Mio. €
– Licht	1.865 Mio. €
– Elektronik	1.581 Mio. €
– Sonstige	33 Mio. €
Aftermarket	1.018 Mio. €
Special Applications	313 Mio. €

automobilen Erstausrüstung in konjunkturell guten Zeiten positiv entwickelt, profitiert das Aftermarket-Geschäft antizyklisch von Konjunkturlagen, in denen Fahrzeuge eher repariert als neu angeschafft werden.

GEZIELTE AUSRICHTUNG AUF INNOVATIVE TECHNOLOGIEN

Innovative Technologien bilden das Rückgrat des konzernweiten Geschäftserfolges. Das kontinuierliche Engagement in Forschung und Entwicklung ermöglicht es HELLA, in zahlreichen Bereichen eine führende Position einzunehmen. Im Fokus stehen Technologien, die die Sicherheit im Straßenverkehr erhöhen oder CO₂-Emissionen und Kraftstoffverbrauch reduzieren. Zu den sicherheitsrelevanten Innovationen zählen insbesondere intelligente Scheinwerfer- und Radarsysteme. HELLA brachte bereits 2008 den ersten Voll-LED-Scheinwerfer in Serie, 2010 folgte der erste Scheinwerfer mit Blendfreiem Fernlicht, der ein Fahren bei dauerhaft eingeschaltetem Fernlicht erlaubt. Außerdem entwickelt HELLA auf Basis der 24-GHz-Radartechnologie Assistenzfunktionen, die den Fahrer beispielsweise beim Spurwechsel durch Überwachung des rückwärtigen Verkehrsraums unterstützen. Energieeffiziente Technologien stammen zumeist aus dem umfassenden Elektronik-Portfolio, das zahlreiche Produkte wie Intelligente Batteriesensoren, Vakuumpumpen oder Spannungsstabilisatoren umfasst. Sie werden immer stärker von

den weltweit führenden Automobilherstellern nachgefragt und in Millionenstückzahlen verbaut. Neuere Produktentwicklungen, wie beispielsweise die elektrische Lenkunterstützung oder sogenannte Kühlergrill-Aktuatoren, werden derzeit mit verschiedenen Partnern im Markt positioniert.

PARTNERING NACH INNEN UND AUSSEN

Für nachhaltiges und langfristig ausgelegtes Wachstum spielen zuverlässige und faire Kooperationen eine entscheidende Rolle. Denn wer seine Kompetenzen zusammen mit starken Partnern bündelt, kann Synergieeffekte anhaltend nutzen, Kunden greifbaren Mehrwert bieten und seine Marktposition damit langfristig absichern. Deshalb definiert HELLA das Thema Partnerschaftlichkeit als einen grundlegenden Unternehmenswert, der alle Ebenen der täglichen Zusammenarbeit gleichermaßen prägt. Dabei ist die effektive und respektvolle Kooperation im Kollegenkreis ebenso von Bedeutung wie mit Kunden und Lieferanten sowie mit unseren Gemeinschaftsunternehmen.

Im Rahmen der globalen Netzwerkstrategie baut HELLA die starke internationale Wettbewerbsposition durch synergetische Kooperationsmodelle mit Kunden und Lieferanten aus. Ziel ist es dabei, klare Win-win-Situationen für Kunden, Partner und das Unternehmen zu schaffen. Das gelingt durch sich ergänzende Kompetenzen, die in Joint

Ventures gebündelt und weiterentwickelt werden. Das Gemeinschaftsunternehmen mit der Firma Gutmann ist etwa darauf spezialisiert, Diagnosegeräte für Werkstätten zu entwickeln und zu vertreiben. Hella Gutmann Solutions kann dabei auf die umfassende fachliche Kompetenz von Gutmann sowie das hervorragend ausgebaute HELLA Vertriebsnetzwerk zurückgreifen. Zusammen mit umfangreichen Zusatzservices wie einer technischen Hotline und speziellen Leasingangeboten ist das Gemeinschaftsunternehmen ein wichtiger Partner der Werkstätten.

STARKE WERTE SIND LEITLINIEN DER UNTERNEHMENSKULTUR

Über das Partnering hinaus verbindet HELLA Mitarbeiter/-innen die gemeinsame Orientierung an den Werten Unternehmertum, Nachhaltigkeit, Leistungsorientierung, Innovation, Integrität und vorbildliches Verhalten eines jeden Einzelnen. Sie sollen die Basis allen Handelns im Unternehmen bilden, ihre zielgerichtete Umsetzung ist gleichermaßen Anspruch und Orientierungshilfe für nachhaltigen Erfolg. Mit diesem authentischen Wertekanon strebt HELLA an, die Ansprüche von Kunden, Lieferanten, Geschäftspartnern und Gesellschaftern in überzeugender Weise zu erfüllen.

FINANZIELLE UNABHÄNGIGKEIT SCHAFFT UNTERNEHMERISCHE FREIHEIT

Ein solides Finanzierungsfundament sowie die Generierung eines nachhaltigen Cashflows stehen für ein unabhängiges Familienunternehmen wie HELLA an erster Stelle. Erst sie ermöglichen langfristiges Wachstum, den weiteren Ausbau der weltweiten Standorte und hohe Investitionen in Forschung und Entwicklung. Die eigenständige, auf hoher operativer Leistungsfähigkeit beruhende Finanzierungskraft sichert und stärkt die langfristig erfolgreiche Unternehmensentwicklung von HELLA.

Die externe Finanzierung umfasst Kreditfinanzierungen mit einem internationalen Bankenkonsortium sowie kapitalmarktorientierte Instrumente. Die bereits im Geschäftsjahr 2010/2011 erweiterten Kreditlinien und hohen liquiden Mittel sind weiterhin jederzeit verfügbar, schaffen signifikante unternehmerische Flexibilität und stellen damit eine schnelle Entscheidungs- und Handlungsfähigkeit sicher. Im Februar 2012 hat die internationale Ratingagentur Moody's ihr Rating für HELLA sowie für die 2009 begebene Anleihe um eine Stufe auf den soliden Investment-Grade „Baa2“ angehoben und den Ausblick weiterhin mit „stabil“ bewertet. Das verbesserte Rating ist auf die positive Unternehmensentwicklung in den vergangenen Jahren sowie die kontinuierliche Verbesserung von Rentabilität und Bonitätskennzahlen zurückzuführen.

AUSBLICK

- // Stabiles und globales Wachstum in allen drei Geschäftssegmenten Automotive, Aftermarket und Special Applications
- // Stärkung der Wettbewerbsposition in den Wachstumsmärkten
- // Stärkung des internationalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerkes zur verbesserten Ausrichtung auf Kunden- und Marktbedürfnisse



Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams eröffnet neue Lösungsansätze

**WIE WIRD
AUS INTER-
NATIONALITÄT
MEHRWERT?**

AUTOMOTIVE

ERFOLGREICHES MITEINANDER

In internationalen Teams entwickeln HELLA Mitarbeiter/-innen Licht- und Elektronikprodukte für zahlreiche Automobilhersteller und verschiedenste Fahrzeugsegmente. Ziel ist es dabei, die Synergien, die sich aus Interkulturalität, Interdisziplinarität und spezifischer Marktkenntnis ergeben, gezielt für unsere Kunden zu nutzen. Ein aus indischen, tschechischen und deutschen Entwicklern zu-

sammengesetztes Netzwerk realisierte auf diese Weise ein anspruchsvolles Projekt. Der entstandene Bi-Xenon-Scheinwerfer mit sicherheitsrelevanten AFS-Funktionen wie Kurven- oder Landstraßenlicht und einem kamera-gesteuerten Fernlichtassistenten ist eine Antwort auf den wachsenden Bedarf an hochwertigen und sicherheitsrelevanten Technologien.





»Internationalität wird bei HELLA gelebt. Dieses Projekt ist das beste Beispiel dafür: Der Scheinwerfer entstand in enger Zusammenarbeit der Entwicklungsabteilungen in Indien, Tschechien und Deutschland. Transparente Kommunikation sowie klar definierte Aufgaben und Ziele waren dafür die wesentlichen Erfolgsfaktoren.«

JÖRG HELLWIG – LEITER WELTWEITE ENTWICKLUNG SCHEINWERFER IN LIPPSTADT, DEUTSCHLAND
VENKATESAN RADHAKRISHNAN – LEITER DES ENTWICKLUNGSZENTRUMS IN CHENNAI, INDIEN

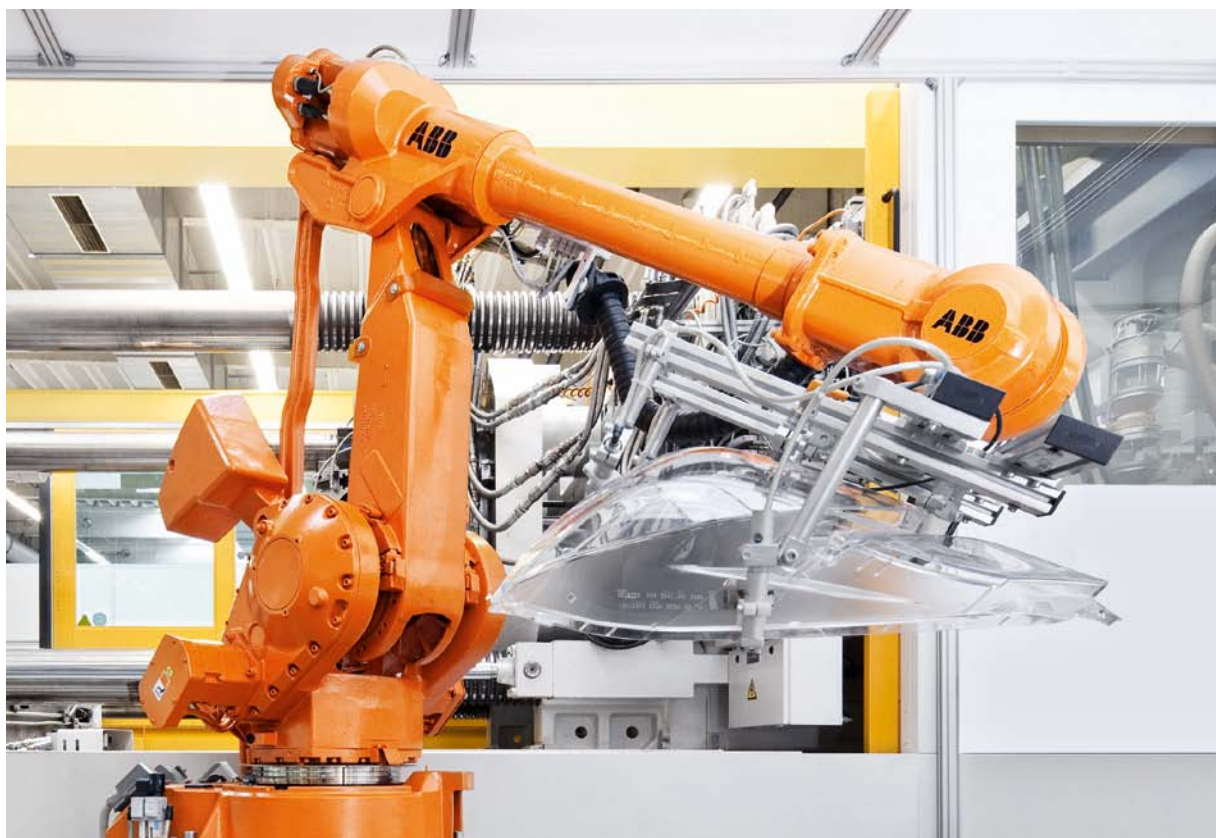
LED SETZT SICH IN ALLEN FAHRZEUGSEGMENTEN DURCH

Mit innovativen und wettbewerbsfähigen Produkten erzielte der Geschäftsbereich Licht nach einem sehr starken Vorjahr im Geschäftsjahr 2011/2012 eine Umsatzsteigerung von 4 % auf 1,9 Mrd. Euro. Um die Position als führender Lieferant anspruchsvoller Lichtsysteme dauerhaft zu stärken, steht der Ausbau der globalen Forschungs- und Entwicklungskapazitäten im Fokus. Dabei ist das HELLA Know-how bei optischer Entwicklung und Ansteuerungselektronik von LED-Produkten ein klar differenzierender Wettbewerbsvorteil, den wir unseren Kunden bieten.

MEGATREND LED ERREICHT VOLUMENMARKT

Der Megatrend LED gewann auch im abgelaufenen Geschäftsjahr immer mehr an Dynamik und prägte alle Bereiche der Fahrzeugbeleuchtung. Mit hoher technologischer Kompetenz sowohl im Einsatz der Lichtquelle LED als auch im Umgang mit deren komplexer Ansteuerungselektronik profitiert HELLA von dieser Entwicklung: HELLA ist gefragter Partner der weltweiten Premium- und Volumenhersteller und hat im Geschäftsjahr 2011/2012 zahlreiche anspruchsvolle Projekte erfolgreich realisiert. Bedingt durch die hohe Nachfrage werden Entwicklungszeiträume

immer kürzer. Eine Herausforderung, bei der führende Hersteller ganz auf die Technologiekompetenz von HELLA setzen. So haben unsere prozesserfahrenen Ingenieure im vergangenen Geschäftsjahr etwa binnen weniger Monate erfolgreich einen anspruchsvollen Voll-LED-Scheinwerfer für ein Kompaktfahrzeug eines deutschen Premiumkunden entwickelt. In enger Zusammenarbeit mit einem weiteren Kunden entstand eine äußerst schmale und komplexe Voll-LED-Heckleuchte für einen Sportwagen, die nicht nur den geringen Bauraumvorgaben, sondern auch den hohen thermischen Anforderungen dieses Fahrzeugtyps gerecht wird.



Im Spritzgussverfahren hergestellte Kunststoffabschlusscheibe

Trotz des Sicherheitsgewinns und reduzierten Energieverbrauchs durch den Einsatz von LEDs in der Fahrzeugbeleuchtung sind das LED-Abblend- und -Fernlicht bei den meisten Herstellern dem oberen Fahrzeugsegment vorbehalten. Unsere Bestrebungen konzentrieren sich zunehmend darauf, adäquate Voll-LED-Scheinwerfer für die serienmäßige Verwendung in volumenstärkeren, unteren Fahrzeugsegmenten zu entwickeln. Einem solchen flächendeckenden Einsatz standen bislang hohe Entwicklungskosten im Weg, die insbesondere aus der starken Individualisierung der Scheinwerfer resultieren. Ein erster Schritt zur erfolgreichen Etablierung der LED im Volumenmarkt ist daher die Standardisierung und Integration einer möglichst großen Zahl von Bauteilen und Komponenten.

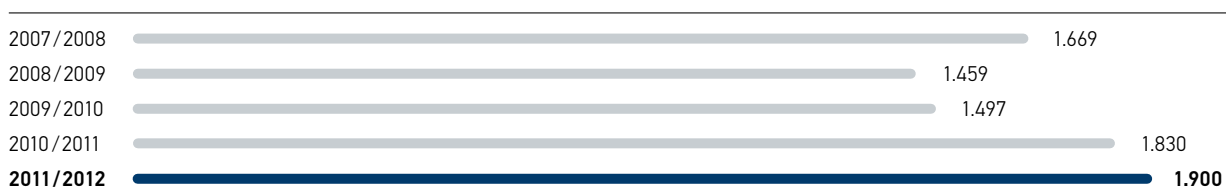
SICHERHEITSAKTOR LICHT GEWINNT AN BEDEUTUNG

Das „weiße“ Licht eines Voll-LED-Scheinwerfers bedeutet für Fahrer einen deutlichen Zuwachs an Sicherheit und Komfort. Gegenüber dem gelblichen Halogen- und bläulichen

Xenonspektrum ähnelt die Lichtfarbe einer LED dem Tageslicht, wodurch ein entspannteres und damit ermüdungsfreieres Sehen bei Nacht möglich wird. Zudem bietet die LED-Technik völlig neue Möglichkeiten, wie beispielsweise die Umsetzung eines mechanik- und damit verschleißfreien Scheinwerfers mit Blendfreiem Fernlicht. Abblend- und Fernlicht werden dafür über sogenannte LED-Arrays erzeugt. Dabei kommen zahlreiche in einer Matrix angeordnete LEDs zum Einsatz, die nach Bedarf auf- oder abgedimmt werden. Ein solches System wird schon in wenigen Jahren auf der Straße erlebbar sein.

Ein Markterfolg für den Lichtbereich von HELLA war auch die Ausstattung eines Kompaktwagens mit der Funktion der adaptiven Hell-Dunkel-Grenze, die die Reichweite des Scheinwerfers an die Entfernung von vorausfahrenden oder entgegenkommenden Fahrzeugen anpasst. Der erstmalige Einsatz solch komplexer, kamerabasierter Lichtfunktionen bei Mittelklassefahrzeugen bestätigt, dass ihre Bedeutung auch außerhalb des Premiumsegments weiter zunimmt.

UMSATZ INKLUSIVE INTERSEGMENTAKTIVITÄTEN (IN MIO. EURO) – LICHT



WELTWEITE UNTERNEHMENSNETZWERKE AUSGEBAUT

Im Berichtszeitraum hat HELLA das globale Produktions- und Entwicklungsnetzwerk vor allem in den Regionen Mexiko und China stark ausgebaut. In Guadalajara, Mexiko, unterstützen seit diesem Geschäftsjahr rund 100 Entwickler und Designer das bestehende Entwicklungsnetzwerk für asiatische und nordamerikanische Kunden. Im Vordergrund steht die stärkere Orientierung an regionalen Kundenbedürfnissen. Darüber hinaus erhöhte HELLA auch die Produktionskapazität für Scheinwerfer und Heckleuchten, um flexibel auf steigende Bedarfe aus der Wachstumsregion Nord- und Südamerika (NSA) reagieren zu können. Auch in China forcierte HELLA den Ausbau der bestehenden Infrastruktur. So wurde einerseits der bereits im vergangenen Geschäftsjahr begonnene Aufbau eines Entwicklungszentrums in Nanjing erfolgreich weitergeführt; andererseits konnte HELLA mit der Gründung eines Joint Ventures mit FAWAY, einem der führenden chinesischen Automobilzulieferer, einen starken lokalen Partner für weiteres Wachstum in China gewinnen. Das Gemeinschaftsunternehmen

wird zukünftig Beleuchtungssysteme für den chinesischen Markt entwickeln und produzieren.

Neben dem Aufbau von Kapazitäten steht insbesondere die Vernetzung unserer Entwicklungsstandorte im Fokus. Das Wachstum unseres internationalen Entwicklungsteams ist Chance und Herausforderung zugleich. Für die Lichttechnik ist dies Grundlage der Wachstumsstrategie und der globalen Innovationsführerschaft.

STYLING ALS DIFFERENZIERUNGSFAKTOR

Um Kunden immer neue Möglichkeiten zur markentypischen Individualisierung des Lichtdesigns im Front- und Heckbereich anbieten zu können, ist die Erprobung innovativer Technologien unerlässlich. Hierfür arbeiten unsere Lichttechniker derzeit an der Umsetzung einer Heckleuchte auf Basis der für den Automotive-Bereich noch neuen Lichtquelle OLED. Durch organisches Halbleitermaterial wird die Beleuchtung größerer Flächen ohne zusätzliche Hilfs-

mittel wie Lichtleiter möglich. Diese Lichtquelle eröffnet darüber hinaus großen Spielraum zur ambienten Innenraumgestaltung. Gleichzeitig arbeiten unsere Ingenieure an der Verbesserung bereits existierender Technologien: Für einen auf dem Genfer Automobil-Salon 2012 vorgestellten Scheinwerfer entstand beispielsweise ein trifunktionaler Lichtleiter von nur acht Millimetern Dicke, der gleichzeitig Positions-, Tagfahr- und Blinklicht realisiert.

INTERESSE AN INDIVIDUALISIERTEN FAHRZEUGINNENRÄUMEN STEIGT

Der Einsatz innovativer Lichtsysteme beschränkt sich nicht mehr nur auf das Exterieur eines Fahrzeugs. Auch im Innenraum ergänzen zunehmend designorientierte Elemente eine rein funktionale Beleuchtung. Im Geschäftsjahr 2011/2012 brachte HELLA unter anderem die Ambientfunktion für ein Panoramadach in Serie, das bei Nacht durch seitliches Anleuchten stimmungsvoll inszeniert wird. Weitere Serienanläufe, wie beispielsweise die Realisierung eines umfangreichen Ambient- und Innenlichtpaketes auf LED-Basis für einen deutschen Premiumkunden, konnten

ebenfalls erfolgreich realisiert werden. Mit Blick auf die weltweit steigende Nachfrage hat HELLA im Berichtszeitraum mit dem zielgerichteten Ausbau entsprechender Entwicklungs- und Fertigungskapazitäten begonnen.

JOINT VENTURE HBPO WEITER AUF WACHSTUMSKURS

Das Gemeinschaftsunternehmen HBPO ist auf Design, Entwicklung, Montage und Vertrieb komplexer Frontendmodule spezialisiert und damit weltweit einzigartig positioniert. Die hohe Entwicklungskompetenz bewies das Unternehmen im Geschäftsjahr mit innovativen Lösungsansätzen bei Zukunftsthemen wie Leichtbau, CO₂-Reduktion und Aerodynamikverbesserung. An 18 Produktions- und fünf Entwicklungsstandorten beschäftigt das Unternehmen über 1.300 Mitarbeiter/-innen und konnte 2011 zwölf Serienanläufe erfolgreich meistern sowie erstmals einen Umsatz von über einer Milliarde Euro verbuchen. Ein wichtiger strategischer Schritt war der Eintritt in den chinesischen Markt. Hier wird HBPO Frontendmodule für die lokale Produktion eines Kunden fertigen und liefern.

AUSBLICK

- // Positionierung von HELLA als Top-Lieferant für automobiler Lichttechnik
- // Stärkung der Entwicklungskapazitäten, insbesondere in den Wachstumsmärkten
- // Weitere Optimierung von LED-Lichtsystemen für alle Fahrzeugsegmente



Scheinwerferabdeckrahmen werden vor der Weiterverarbeitung auf ihre Qualität hin überprüft



»Mando Hella Electronics vereint nicht nur das HELLA Know-how aus dem Bereich Fahrerassistenz mit der Mando-Kompetenz für Fahrwerke. Unseren Kunden, insbesondere in Südkorea, bieten wir darüber hinaus selbst entwickelte Top-Produkte wie die elektrische Servolenkung, die einen wichtigen Beitrag zu mehr Effizienz und mehr Sicherheit leistet.«

MARKUS STEHLE UND KYUNGSOO KIM – GESCHÄFTSFÜHRER VON MANDO HELLA ELECTRONICS IN INCHEON, SÜDKOREA

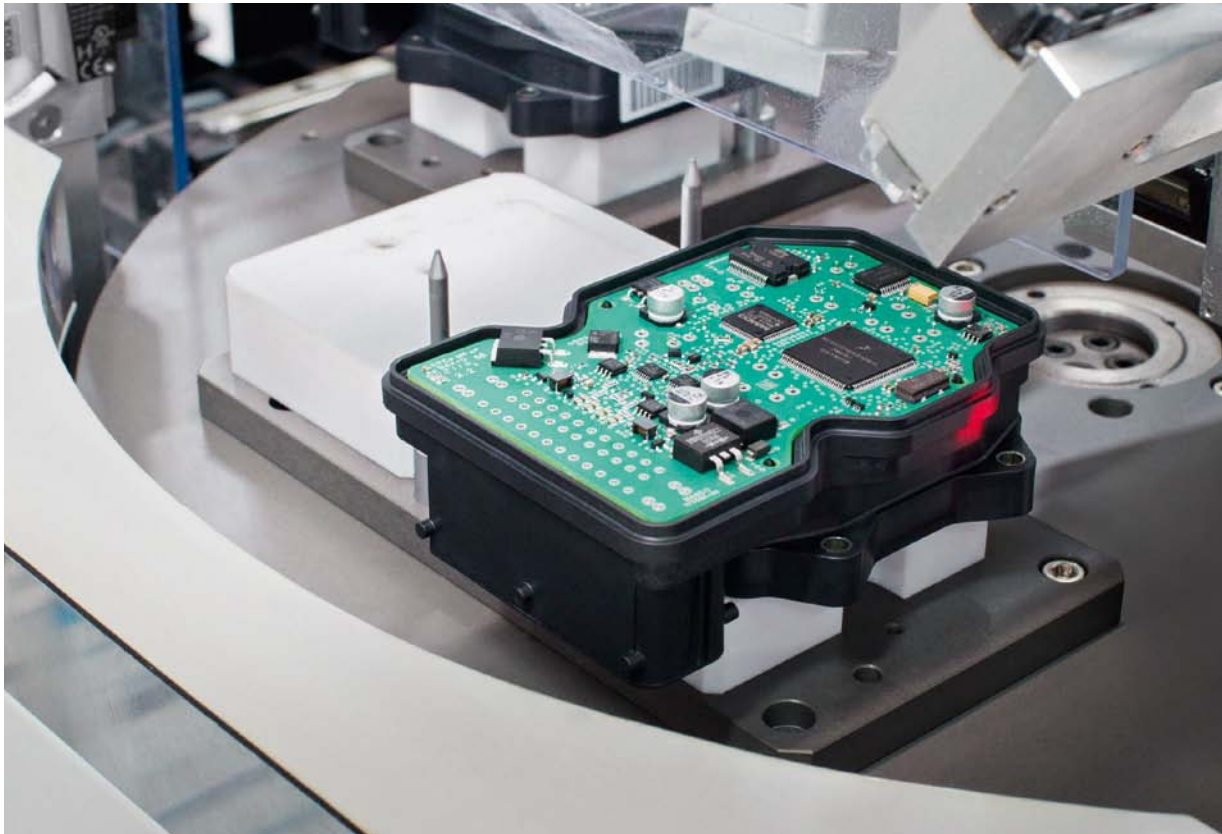
WACHSTUM MIT LEISTUNGSFÄHIGEM PORTFOLIO UND GLOBALER PRÄSENZ

Entlang der zentralen Megatrends Energiemanagement und Sicherheit steigerte der Geschäftsbereich Elektronik seinen Umsatz im Geschäftsjahr 2011/2012 um 12 % auf 1,9 Mrd. Euro. Entscheidend hierfür war der globale Footprint, der es HELLA ermöglicht, mit leistungsstarken Produkten weltweit, insbesondere aber auch in den Regionen Amerika und Asien zu wachsen. Der weitere zielgerichtete Ausbau des leistungsfähigen Netzwerkes aus Produktions- und Entwicklungsstandorten steht für die Elektronik im strategischen Fokus.

KRAFTSTOFF- UND CO₂-REDUZIERUNG GEWINNEN WEITERE BEDEUTUNG

Vor dem Hintergrund gesetzlicher Vorgaben sowie steigender Kraftstoffpreise haben die Themen CO₂- und Kraftstoffverbrauchsreduzierung im Geschäftsjahr 2011/2012 auch international weiter an Bedeutung gewonnen. HELLA begegnet der kontinuierlich steigenden Nachfrage mit einem breiten Produktportfolio. Die elektrische Lenkkraftunterstützung (EPS), die im Berichtszeitraum erfolgreich in die Serienfertigung gebracht wurde, ist hierfür ein gutes Beispiel: Da sie im Gegensatz zur hydraulischen Servolenkung rein bedarfsorientiert arbeitet, lassen sich durch ihren Einsatz bis zu 0,8 Liter Kraftstoff pro 100 Kilometer und 20

Gramm CO₂ je Kilometer einsparen. Daneben haben sich insbesondere die elektrischen Vakuumpumpen zur Bremskraftunterstützung sehr erfolgreich entwickelt. Hier konnten im Geschäftsjahr zahlreiche neue Aufträge in Europa, NSA und Asien akquiriert werden, mit denen HELLA die Position als globaler Marktführer weiter gefestigt hat. Darüber hinaus hat HELLA die Entwicklung von Kühlergrill-Aktuatoren gestartet. Durch die geschlossenen Kühlergrill-Lamellen erreicht der Motor schneller die optimale Betriebstemperatur, was sowohl Kraftstoffverbrauch als auch Abgasemissionen reduziert. Gegen Ende des Geschäftsjahres konnte HELLA überdies mit dem internationalen Roll-out eines Steuergerätes zur bedarfsgerechten Ansteuerung der Benzinpumpe für den asiatischen Markt beginnen.



Die Elektronik der Fahrdynamikregelung, die ein Ausbrechen des Fahrzeugs verhindert, wird in das Gehäuse eingesetzt

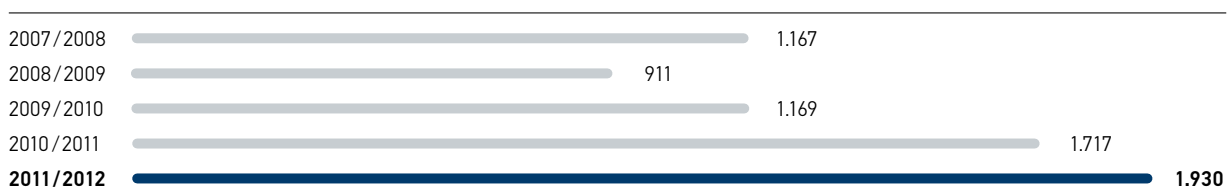
MEHR SICHERHEIT DURCH RADARAPPLIKATIONEN

Die stetig steigende Zahl von Fahrzeugen erfordert neue Hilfsmittel zur Überwachung des Verkehrsraums. HELLA entwickelt und fertigt auf Basis des 24-GHz-Radarsensors Fahrerassistenz-Systeme, die beispielsweise beim Spurwechsel den rückwärtigen Verkehrsraum und insbesondere den toten Winkel überwachen, um den Fahrer vor heranahenden Fahrzeugen zu warnen. Diese Systeme sind dank der verwendeten 24-GHz-Schmalband-Technologie deutlich günstiger als beispielsweise Kamerasysteme und damit auch langfristig in mittleren und unteren Fahrzeugsegmenten einsetzbar. Außerdem wächst das Interesse an hochintegrierten und kosteneffizienten Technologien dieser Art auch in den asiatischen Märkten, in denen HELLA für weiteres Wachstum mit lokalen Kunden sehr gut aufgestellt ist. Zusammen mit dem Radarspezialisten InnoSenT wird HELLA die Radarkompetenz ausbauen und innovative Lösungen für weitere anspruchsvolle Funktionen entwickeln, wie zum Beispiel Assistenzfunktionen für unübersichtliche Kreuzungsbereiche.

WELTMARKTFÜHRER BEI AUSGEFEILTER SENSORIK

Mit rund 25 Millionen ausgelieferten Pedalen und zahlreichen neuen Großaufträgen konnte HELLA die Position als Weltmarktführer bei Fahrpedalen im Geschäftsjahr 2011/2012 weiter festigen. Gleichzeitig arbeiten unsere Ingenieure an einem neuen, aktiven Fahrpedal. Dieses Gaspedal wird zukünftig unter anderem dem Fahrer eines Hybridfahrzeugs Rückmeldung darüber geben, ob das Fahrzeug im elektrischen oder verbrennungsmotorischen Bereich fährt. Damit kann bei jedem Antriebskonzept eine ökonomische Fahrweise erlernt und weiter optimiert werden. Im Bereich Energiemanagement konnte HELLA mit dem Intelligenten Batteriesensor die ebenfalls marktführende Position ausbauen: Der Geschäftsbereich Elektronik hat zahlreiche neue Aufträge gewonnen und mit Blick auf das starke Wachstum in den USA den Ausbau der lokalen Produktion angestoßen. Im nächsten Schritt wird HELLA aufgrund der sehr starken Kundennachfrage die lokale Produktion des Regen-Licht-Sensors in Mexiko aufnehmen.

UMSATZ INKLUSIVE INTERSEGMENTAKTIVITÄTEN (IN MIO. EURO) – ELEKTRONIK

ERFOLGREICHES NEUGESCHÄFT IM BEREICH
KAROSSERIEELEKTRONIK

HELLA stellt komplexe Karosserieelektronik für verschiedene globale Produktplattformen her. Die Entwicklung solcher Produkte erfolgt für die etablierten Märkte auf Basis einer international standardisierten Softwarearchitektur, die HELLA auch im abgelaufenen Geschäftsjahr 2011/2012 weiterentwickelt hat. Für einen international tätigen deutschen Fahrzeugbauer hat HELLA an den Standorten in Brasilien und China zudem erfolgreich ein Basisfunktionsmodul in Serie gebracht, das sowohl funktional als auch kostenseitig auf die Anforderungen der schnell wachsenden Emerging Markets ausgerichtet ist. Darüber hinaus erhielt HELLA im Berichtszeitraum von einem indischen Kunden den Auftrag für die größte Zentralelektronikplattform in Asien. Diese Auftragsakquise demonstriert, dass HELLA in den asiatischen Märkten als kompetenter, leistungsstarker und lokal präsenter Partner wahrgenommen wird.

AUSBAU DER NETZWERKE STÄRKT MARKTPPOSITION

Als strategische Säule unseres internationalen Unternehmenserfolgs haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr unser globales Entwicklungsnetzwerk stark erweitert. Neben dem Ausbau der Entwicklungszentren an unseren Standorten Pune, Indien, sowie Timișoara und Craiova, Rumänien, konzentrierten sich diese Aktivitäten vorrangig auf China, wo wir die Entwicklungsstandorte Shanghai und Nanjing deutlich ausgebaut haben. Überdies wurde in Xiamen mit dem Aufbau eines zweiten Werkes begonnen, das Relais und Ölsensoren speziell für den chinesischen Markt produzieren wird. Daneben forcierte HELLA im Geschäftsjahr 2011/2012 auch den Aufbau von Kapazitäten in Brasilien, wo die Endmontage eines Zentralsteuergerätes vorbereitet wird. Strategisch gesehen streben wir so in der gesamten Region NSA weiteres Wachstum an.

JOINT VENTURES AUF ERFOLGSKURS

Unsere im Rahmen der Netzwerkstrategie aufgebauten Gemeinschaftsunternehmen haben sich weiter erfolgreich entwickelt. Neben ihrer technologischen Kompetenz profitieren sie von ihrem hervorragenden Zugang zu regionalen Märkten. Das südkoreanische Joint Venture Mando Hella Electronics (MHE) erzielte 2011 im asiatischen Markt bereits im zweiten vollen Geschäftsjahr ein positives operatives Ergebnis mit Chassis-Steuergeräten und Sensoren. Für 2012 ist weiteres Wachstum um nahezu 100% geplant. Zu dieser Umsatzsteigerung werden neue Produkte wie das Steering Powerpack, Drehwinkelsensoren sowie die ersten Radarsensoren für das Premiumfahrzeug eines südkoreanischen Kunden beitragen. Zudem konnten weitere

Fahrzeugplattformen für 24-GHz-Radarsensoren gewonnen werden, die nun gemeinsam mit HELLA und dem jungen Entwicklungsteam bei MHE appliziert werden. Mit der Eröffnung eines neuen Werkes in Suzhou, China, wird MHE künftig den chinesischen Markt direkt beliefern und am weiter zunehmenden Automotive-Geschäft in China teilhaben. Auch das Joint Venture BHTC, das auf die Entwicklung und Produktion kompletter elektronischer Klimaregulationssysteme spezialisiert ist, konnte im Geschäftsjahr 2011/2012 volumenstarke Aufträge gewinnen und das profitable Wachstum fortführen. Darüber hinaus wurde mit der Serienproduktion eines ersten elektrischen Hochvoltheizers ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur strategischen Ausrichtung auf Komponenten für Elektrofahrzeuge erreicht.

AUSBLICK

- // Weiterer Ausbau der Produktions- und Entwicklungskapazitäten in den Emerging Markets
- // Weltweite Steigerung der Produktivität und Effizienz
- // Intensivierte lokale Produktion in den Regionen zur Stärkung des internationalen Footprints



Nach dem Lötén der elektrischen Lenkunterstützung werden überschüssige Materialien von der Platine gebürstet

**WIE WERDEN
WERKSTATT-
PROZESSE
EFFIZIENTER?**

AFTERMARKET

SERVICEORIENTIERT ANS ZIEL

Der steigende Anteil von Elektronik im Automobil erfordert zunehmend komplexere Werkstattprozesse. Neben geschultem Fachpersonal sind zuverlässige Diagnosegeräte der Schlüssel zu einer schnellen, professionellen und effizienten Fahrzeugreparatur. Hella Gutmann Solutions hat mit dem mega macs 66 ein völlig neues Reparaturkonzept entwickelt, das Diagnose, technische Daten und Ersatzteilinformationen erstmals in einem Gerät vereint. Der Zugang zu einer der weltweit größten Diagnosedatenban-

ken, eine technische Hotline mit erfahrenen Werkstattmeistern und begleitende Leasingangebote sind das passende Werkzeug, um dem immer anspruchsvoller werdenden Werkstattalltag zeitgemäß zu begegnen. Da wir von HELLA von diesem Konzept überzeugt sind, arbeiten wir gemeinsam mit unserem Partner Gutmann am internationalen Vertrieb, denn so können wir Werkstätten europaweit nicht nur für heute, sondern auch für die Zukunft rüsten.





»Die Firmen HELLA und Gutmann prägen Werkstattprozesse maßgeblich. Mit unseren Produkten werden diese Prozesse nicht nur vereinfacht, sondern auch für die Zukunft fit gemacht. Gutmann steuert dafür das umfassende Diagnose- und Werkstatt-Know-how bei, das HELLA über das weltweite Vertriebsnetzwerk der Handelsgesellschaften auch international vermarktet.«

KURT GUTMANN UND SVEN KRÜGER – GESCHÄFTSFÜHRER VON HELLA GUTMANN SOLUTIONS IN IHRINGEN, DEUTSCHLAND

INTERNATIONALITÄT UND PARTNERKONZEPTE SICHERN LANGFRISTIGES WACHSTUM

Der Geschäftsbereich Aftermarket hat im Geschäftsjahr 2011/2012 den Umsatz nach einem starken Vorjahr nochmals um 5 % auf 1,1 Mrd. Euro gesteigert. Kräftige Wachstumsimpulse aus den USA und Asien, die solide Wettbewerbsposition des Großhandelsgeschäfts in Nordeuropa sowie leistungsfähige Logistikkonzepte im globalen Handelsnetzwerk waren entscheidende Erfolgsfaktoren. Zudem hat HELLA das Produktportfolio in Zusammenarbeit mit starken Partnern ausgebaut und konnte mit gebündelten Kompetenzen Kunden- und Marktanforderungen geeignet erfüllen.

EFFIZIENTE LOGISTIK TREIBT GESCHÄFTSERFOLG

Den Anforderungen der weltweiten Vertriebs- und Produktionsgesellschaften sowie der regionalen Großhandelsunternehmen entsprechend, hat HELLA im abgelaufenen Geschäftsjahr mit der strategischen Neuausrichtung der logistischen Aufbau- und Ablauforganisation begonnen. In diesem Prozess ist es gelungen, eine deutliche Umsatzsteigerung bei gleichzeitiger Bestandsreduktion und gleichbleibend hoher Warenverfügbarkeit zu realisieren. Durch kontinuierliche Verbesserungsprozesse werden unsere Bestandswerte zukünftig weiter optimiert.

WACHSTUMSIMPULSE IM AFTERMARKET HAUPTSÄCHLICH AUS DEN USA UND ASIEN

Im Geschäftsjahr 2011/2012 entwickelte sich das Geschäft im freien Teilehandel insgesamt stabil, jedoch mit starken regionalen Unterschieden. In den USA und Asien konnten die Handelsgesellschaften überproportionale Wachstumsraten erzielen, was vor allem auf die Erweiterung der Aktivitäten in diesen Regionen zurückzuführen ist. Darüber hinaus haben sich auch die noch recht jungen Gesellschaften in Dubai und der Türkei weiter erfolgreich etabliert. Insbesondere die im vorherigen Geschäftsjahr 2010/2011 gegründete HELLA Middle East FZE in Dubai übertraf bereits



Am Testaufbau bei Hella Gutmann Solutions in Ihringen wird das intuitiv bedienbare Diagnosekonzept mega macs getestet und optimiert

im ersten Jahr deutlich die Erwartungen. In Europa hingegen entwickelte sich der freie Teilemarkt in einem schwierigen Marktumfeld eher verhalten. Angesichts des vergleichsweise milden Winters und geringer Fahrleistung in diesen gesättigten Märkten stand die Absicherung der bestehenden Marktanteile im Vordergrund. Dieses Ziel wurde mit einem leichten Wachstum von rund 3% erreicht.

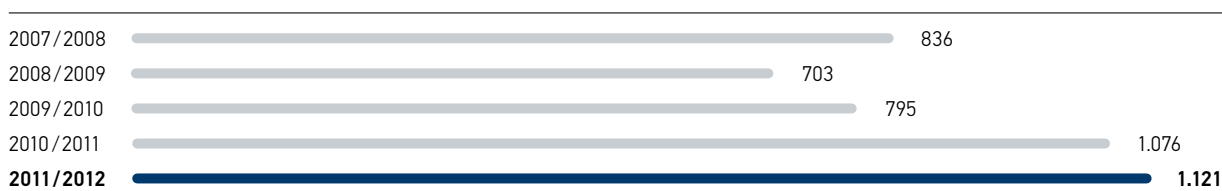
Um dem starken Marktwachstum der Emerging Countries Rechnung zu tragen, forcierte HELLA im Berichtszeitraum den weiteren Aufbau internationaler Strukturen, vor allem in Brasilien und Russland. Der Schwerpunkt lag dabei auf dem Ausbau des russischen Vertriebsnetzes durch Gründung einer lokalen Vertriebsgesellschaft sowie auf dem sukzessiven Eintritt in den brasilianischen Markt, der mit dem Aufbau eines Distributionsnetzwerkes sowie einem universellen Produktprogramm vorangetrieben wurde.

WACHSTUM MIT LOKALEN PARTNERN IM GROSSHANDEL

In Dänemark, Polen, Norwegen, Irland und China tritt HELLA selbst als Großhändler auf und beliefert Werkstätten landesweit über das eigene Filial- und Partnernetzwerk. Die erfolgreiche Marktposition, die wir in Dänemark erreicht haben, werden wir durch die sukzessive Bearbeitung auch in den anderen Märkten anstreben. Chancen bieten sich vor allem in der Optimierung der Logistik, dem Aufbau eines umfangreichen Filialnetzwerkes sowie einem innovativen Produktportfolio.

Durch die gezielte Zusammenarbeit mit lokalen Partnern gelingt es HELLA, marktspezifische Anforderungen bestmöglich zu bedienen und so interessante Marktpotenziale zu erschließen. Unserer polnischen Gesellschaft INTER-TEAM gelang mit der Gründung 15 neuer Filialen die erfolgreiche Ausweitung des Distributionsnetzes. Die Kundenbindung

UMSATZ INKLUSIVE INTERSEGMENTAKTIVITÄTEN (IN MIO. EURO) – AFTERMARKET



konnte aufgrund einer Erweiterung des Produktportfolios sowie der Optimierung des bestehenden Werkstattkonzeptes intensiviert werden.

In Norwegen wurde durch die Integration von AutoMateriell einerseits das Servicenetzwerk ausgebaut sowie andererseits unsere Produktkompetenz strategisch um den Bereich der Werkstattausrüstung erweitert. Darüber hinaus konnten drei neue Filialen eröffnet und weitere Werkstätten für die Einführung unseres Partnerkonzeptes „Automester“ gewonnen werden. Auch unsere irische Gesellschaft hat im Mai 2012 unter dem Namen „Car Partner“ ein Full-Service-Werkstattkonzept erfolgreich eingeführt. Die kontinuierliche Erweiterung des Produktportfolios sowie die Einführung eines leistungsfähigen Online-Katalogs erhöhten den Kundennutzen deutlich. Die Etablierung einer Konzeptlösung für den chinesischen Markt gestaltete sich hingegen herausfordernd. In Shanghai arbeiten wir an dem Ausbau unserer Großhandelsorganisation in einem weiterhin fragmentierten Aftermarket.

PORTFOLIOERWEITERUNGEN IM THERMO-MANAGEMENT

Das Joint Venture Behr Hella Service ist ein marktführender Anbieter von Kühlungs- und Klimaprodukten im freien Kfz-Teilemarkt. Ein umfassendes Produktprogramm mit mehr als 6.000 Qualitätsartikeln, attraktive Kooperationspartner und ein leistungsstarkes weltweites Vertriebsnetzwerk sind die Grundlage dieser guten Wettbewerbsposition. Im Berichtszeitraum konnte das Gemeinschaftsunternehmen auf hohem Niveau zulegen und stärker wachsen als der Markt. Darüber hinaus wurde das Produktportfolio um Wasserpumpen-Kits und Wasserpumpen für Pkw sowie um Ölkühler für hydrodynamische Retarder im Nkw-Bereich erweitert. Behr Hella Service wird sowohl das Produktprogramm als auch die Serviceleistungen weiter ausbauen und zusammen mit HELLA als Vertriebspartner für die einzelnen Kundengruppen und Marktsegmente maßgeschneiderte Lösungen umsetzen.

WEITERER AUSBAU DER AKTIVITÄTEN IM BEREICH WERKSTÄTTEN

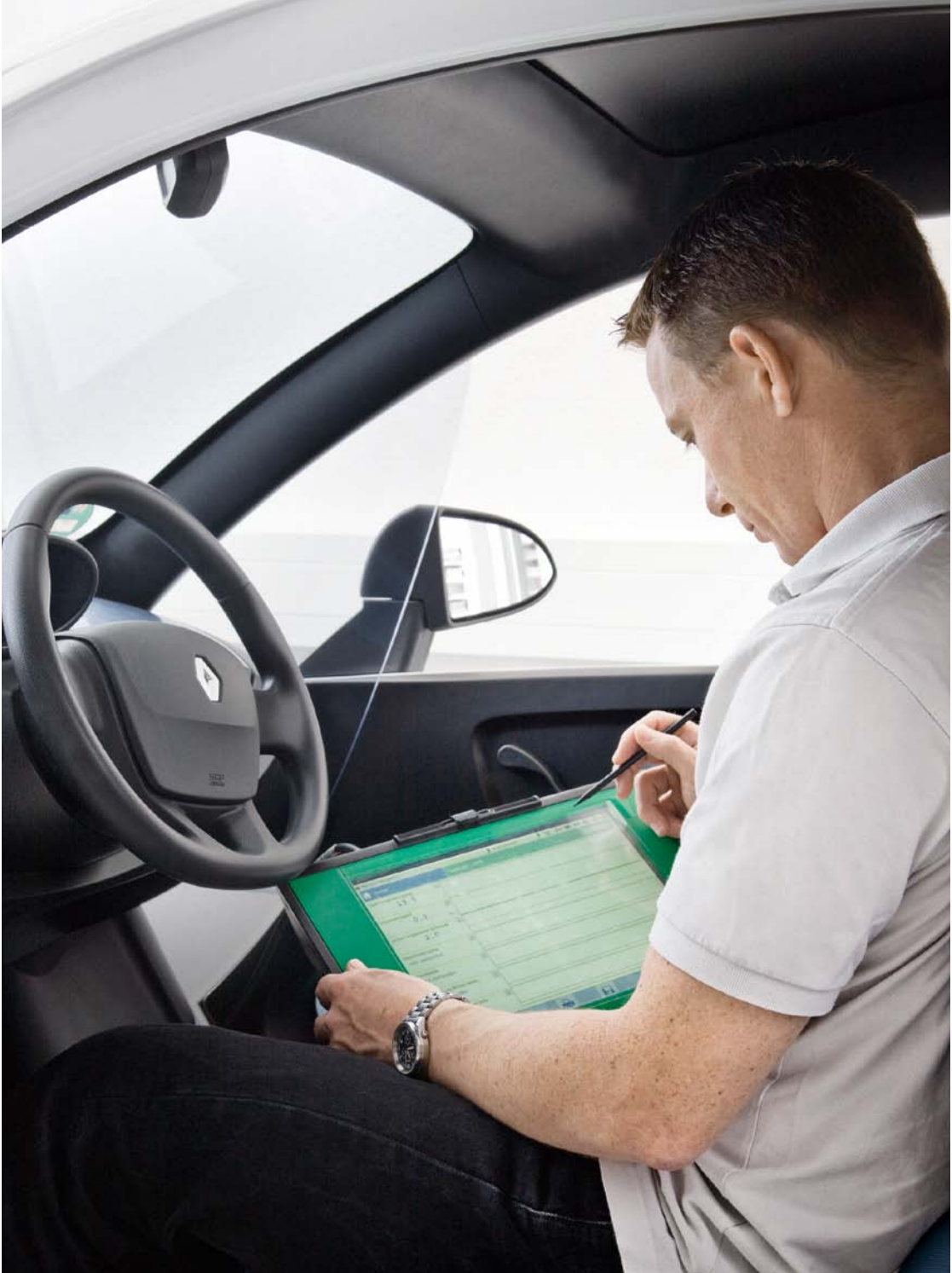
Die erfolgreiche Reparatur von Fahrzeugen in einem sich technologisch rasant ändernden Umfeld hängt von zwei entscheidenden Faktoren ab: dem Einsatz moderner Werkzeuge wie etwa Diagnosegeräten sowie dem aktuellen Wissensstand der Werkstattmitarbeiter. Im Berichtsjahr baute das Gemeinschaftsunternehmen Hella Gutmann Solutions beide Bereiche weiter aus. Produktseitig ist der international erfolgte Roll-out des wissens- und onlinebasierten Diagnosegerätes „mega macs 66“ hervorzuheben, das erstmalig Diagnose, technische Daten und Ersatzteilinformationen vereint. Auch das kleinste Produkt der Programmserie kombiniert nun Daten und Diagnose. Damit ist es auf die gängigsten Wartungsarbeiten an modernen Fahrzeugen ausgelegt und eignet sich besonders für die mobile Diagnose. Auf diese Weise soll nach Markt-

teils gewinnen im oberen Produktsegment nun auch das Niedrigpreissegment durchdrungen werden. Zudem konnten Services, die zur Steigerung und Sicherung des Know-hows der Werkstätten notwendig sind, weiter ausgebaut und internationalisiert werden. HELLA und Hella Gutmann Solutions sind in der Lage, europaweit flächendeckend technische Trainings, Call-Center-Dienste und Datenlösungen anzubieten. Daneben können auch Finanzdienstleistungen zur Miete oder zum Leasing von Werkstattausrüstung in nahezu jedem europäischen Markt angeboten werden.

Um die Attraktivität des Werkstattportfolios weiter auszubauen, wird mit der Gründung des neuen Gemeinschaftsunternehmens Hella Nussbaum Solutions das bestehende Werkstattprogramm um den Klimawerkzeugbereich ergänzt. Der Marktstart des neuen Unternehmens ist für das kommende Geschäftsjahr 2012/2013 geplant.

AUSBLICK

- // Selektiver Ausbau der Marktanteile in etablierten Märkten, darüber hinaus Stärkung der Wettbewerbsposition in China mit innovativem Werkstattkonzept
- // Wachstum der Großhandelsgesellschaften in Nord- und Osteuropa und forcierter Ausbau der Werkstattkonzepte
- // Erweiterung der Werkstattkompetenz und Erhöhung der Attraktivität des Werkstattportfolios durch Kooperation mit den Joint Ventures Hella Gutmann Solutions und Hella Nussbaum Solutions



HELLA baut das weltweite Diagnose- und Werkstattgeschäft beständig aus

**WIE BEGEGNET
HELLA DEN
INDIVIDUELLEN
ANSPRÜCHEN
VON KUNDEN?**

SPECIAL APPLICATIONS

NAH AM KUNDEN

Bei Herstellern spezieller Fahrzeuge wie Bussen oder Baumaschinen wächst das Interesse an Technologien aus dem Pkw-Bereich. Der Trend geht zu mehr Effizienz, mehr LED und mehr Design. Als Zulieferer der Automobilindustrie verfügt HELLA hier über hohe technologische Kompetenz und sichert höchste Qualitätsstandards, die wir im Geschäftssegment Special Applications nutzen, um in enger Kooperation mit unseren Kunden anspruchsvolle Beleuchtungslösungen für Spezialfahrzeuge verfügbar zu machen.

Für den neuen Setra-Reisebus entwickelten unsere Ingenieure zusammen mit den Konstrukteuren von EvoBus eine LED-Heckleuchte, die sowohl in puncto Ästhetik als auch technologisch neue Maßstäbe in der Busbeleuchtung setzt. Sie ist die erste Busheckleuchte, in der sogenannte Lichtleiter für ein prägnantes Erscheinungsbild bei Nacht sorgen. Mit diesem anspruchsvollen Design unterstreichen wir die Technologie- und Innovationsführerschaft unserer Kunden und setzen Branchenstandards.





»In enger Zusammenarbeit mit HELLA haben wir eine Heckleuchte entwickelt, die unseren hohen Design- und Qualitätsansprüchen gerecht wird. Denn die zunehmende Differenzierung über ein fahrzeugspezifisches Design gewinnt auch in unserer Kundenzielgruppe immer mehr an Bedeutung.«

THOMAS FRICKE – PROJEKTLEITER NEUE REISEBUSGENERATION BEI DAIMLER BUSES IN ULM, DEUTSCHLAND
DR. GUNTHER SCHMIDT – LEITER DES INTERNATIONALEN SPECIAL OE-GESCHÄFTS IN LIPPSTADT, DEUTSCHLAND

VIELFÄLTIGE KUNDENLÖSUNGEN IM LED-BEREICH

Im Segment Special Applications ist HELLA im abgelaufenen Geschäftsjahr um 26 % auf den Rekordwert von 323 Mio. Euro Umsatz gewachsen. HELLA bedient hier Hersteller von Spezialfahrzeugen sowie Kommunen und Industriekunden. Dort eignen sich die energieeffizienten und modularen LED- und Elektronikprodukte von HELLA optimal für zahlreiche Herausforderungen. Hohe technologische Kompetenz, höchste Qualität und eine sehr wettbewerbsfähige Kostenposition ermöglichen aufgrund interner Synergieeffekte maßgeschneiderte Lösungen.

INTERNATIONALES WACHSTUM MIT LED

Auf Basis unserer Kernkompetenzen aus der Automobilindustrie konnten wir im Geschäftsjahr 2011/2012 insbesondere mit innovativen und energieeffizienten LED-Produkten wachsen und unseren Umsatz aus dem Vorjahr deutlich übertreffen. Um den Anteil von LED-Produkten in unserem Portfolio weiter zu erhöhen, haben wir im Berichtszeitraum den Bau einer Leiterplatten-Bestückungsanlage an unserem Standort in Rumänien abgeschlossen.

Im Bereich der Land- und Baumaschinen wurden insbesondere unsere robusten und leistungsstarken LED-Arbeitscheinwerfer mit niedrigem Energieverbrauch stark nach-

gefragt. Wie weit diese Technologie mittlerweile entwickelt ist, zeigt sich an neuen Geräten wie unserem Power Beam 5000, der fast die doppelte Lichtleistung eines Xenon-Scheinwerfers bietet. Mit diesen Produkten konnte HELLA im Geschäftsjahr 2011/2012 weltweit, vor allem aber in NSA und Asien, sehr erfolgreich um rund 20 % wachsen.

Für einige Zielgruppen wie Caravan und Bus fertigt HELLA Scheinwerfermodule, die aufgrund verschiedener Größen flexibel in die Fahrzeugfront eingepasst werden können. Im Berichtszeitraum wurde die 90-Millimeter-Modul-Reihe, bisher bestehend aus Halogen und Xenon, um ein Premium-LED-Modul erweitert, das in verschiedenen Ausführungen erhältlich ist. Da das neue Modul mit den anderen Varianten



LED-Kompetenz für Busse, Caravans und Trucks: Das 90-Millimeter-Premium-LED-Modul ist besonders robust und langlebig

mechanisch kompatibel ist, können bestehende Module auf modernste LED-Technologie umgerüstet werden. Diese Verbesserungen senken den Energieverbrauch des neuen LED-Scheinwerfers und verringern den CO₂-Ausstoß der Fahrzeuge spürbar.

INDIVIDUELLE DESIGNS FÜR BUS UND CARAVAN

Bei Herstellern von Caravans, Reise- und Stadtbussen wuchs im Geschäftsjahr das Interesse an fahrzeugspezifischen Designs für die Front- und Heckbeleuchtung erheblich. In diesem Marktumfeld konnte HELLA die eigene Position mit individuellen Designs für verschiedene Kunden ausbauen. Dabei kamen als Gestaltungselement insbesondere Heckleuchten mit Hybridtechnologie zum Einsatz. Sowohl technologisch als auch optisch sind sie an das fortschrittliche Design moderner Pkw-Heckleuchten in Mittelklasse-Fahrzeugen angelehnt. Daneben gewann das Thema LED jedoch auch als Sicherheitsaspekt in der Frontbeleuchtung an Bedeutung. Erste Reisemobile verfü-

gen bereits über Hauptscheinwerfer auf Basis des innovativen 90-Millimeter-Moduls.

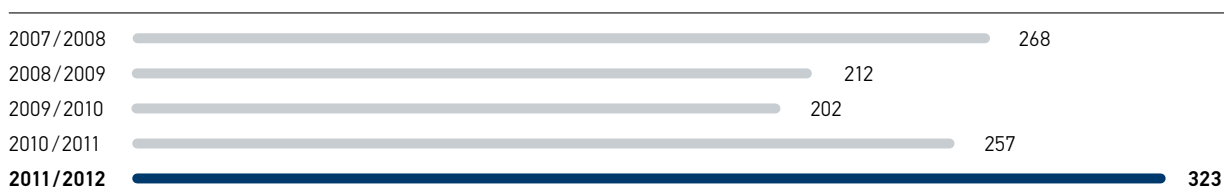
MODULARES KONZEPT ZUR TRAILERBELEUCHTUNG

Die Weiterentwicklung unserer modularen EasyConn-Trailerverkabelung hat aufgrund des innovativen und anwenderfreundlichen Konzeptes deutliche Erfolge erzielt. Sie entstand in enger Zusammenarbeit mit Fuhrparkleitern und Werkstattverantwortlichen und wird somit dem hohen Techniksanspruch sowie der Forderung nach Wirtschaftlichkeit gerecht. Überzeugt von diesen Vorteilen haben sich bereits erste Kunden dazu entschieden, alle ihre Auflieger mit dem innovativen Verkabelungskonzept serienmäßig auszustatten.

ANGEBOT AN LED-AUSSENBELEUCHTUNG ERWEITERT

Als Erweiterung der vierteiligen Produktfamilie Eco StreetLine stellte HELLA gegen Ende des Geschäftsjahres

UMSATZ INKLUSIVE INTERSEGMENTAKTIVITÄTEN (IN MIO. EURO) – SPECIAL APPLICATIONS



2011/2012 die Eco RoadLine vor. Die Leuchte besitzt ein leistungsstärkeres LED-Modul, bestehend aus insgesamt 64 Einzel-LEDs. Damit eignet sie sich zur effizienten Ausleuchtung von breiteren Straßen in Wohngebieten sowie von Überland- oder Bundesstraßen. Mit dem erweiterten Portfolio kann HELLA eine Vielzahl von Beleuchtungssituationen abdecken und Kunden ein umfassendes LED-Gesamtkonzept für die Außenbeleuchtung anbieten. Über den Standort in China sowie über unser bosnisches Joint Venture Hella Bekto vertreibt und produziert HELLA Straßenleuchten auch für ausländische Märkte.

ERFOLGREICHE APPLIKATION DES LED-MODULS

Als Herzstück unserer Eco StreetLine-Familie wurde das leistungsstarke LED-Modul für weitere industrielle Anwendungen optimiert. Die neue Eco IndustryLine ist vielseitig einsetzbar und findet bisher an Tankstellen und Montagearbeitsplätzen, in Parkhäusern sowie in Waschstraßen gezielt Verwendung. Die hohe Modularität er-

möglicht produktionsseitige Synergien, die zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis dieses innovativen Produktes für unsere Kunden führen. Verschiedene Optiken bieten große Spielräume für die Anpassung an Kundenbedürfnisse. Aufgrund der Kooperation mit starken Partnern und Systemlieferanten konnte sich HELLA beispielsweise als Marktführer im Bereich der LED-Parkhausbeleuchtung etablieren. Auch für Tankstellen wurden auf Basis von Rahmenabkommen erste Erfolge verbucht: Mittlerweile haben deutschlandweit rund 250 Tankstellen auf die energieeffiziente LED-Beleuchtung umgerüstet.

WEITERE LÖSUNGEN FÜR DIE INNENBELEUCHTUNG

Das Sortiment an LED-Innenbeleuchtung hat HELLA gezielt um funktionale Produkte für verschiedene Anwendungsbereiche erweitert. Zum einen konnten wir erste Modelle unserer LED-Deckenleuchten und Downlights vorstellen. Da sie aufgrund des hohen Blauanteils der LEDs dem Tageslicht am nächsten kommen, eignen sie sich ins-

besondere zur Ausleuchtung von Arbeitsplätzen, Fluren und Büros. Daneben führte HELLA im Geschäftsjahr eine Shoplight-Beleuchtungsreihe in den Markt ein, deren Lichtmodul durch verschiedene Anbauvarianten, Gehäusefarben und weitere Applikationen über 600 verschiedene Umsetzungen ermöglicht und so die gesamte Grundbeleuchtung von Geschäfts-, Verkaufs- und Ausstellungsräumen abdeckt.

FLUGHAFENBEFEUERUNG AUSGEWEITET

Nach insgesamt nur dreijähriger Entwicklungszeit hat der Bereich Airport Lighting bereits zu Beginn des Geschäftsjahres 2011/2012 ein umfangreiches Sortiment an LED-Produkten zur Flughafenbefeuern vorgestellt. Aus der hohen LED-Kompetenz, der technologischen Leistungsfähigkeit und gleichzeitigen Wirtschaftlichkeit unserer Runway-Produkte resultieren entscheidende Wettbewerbsvorteile. So konnten bereits im ersten Jahr nationale und internationale Aufträge gewonnen werden. Die vollständige Ausstattung der Start-und-Landebahn eines US-amerikanischen Flughafens mit über 650 LED-Unterflurfeuern sowie die Versorgung eines nordeuropäischen Flughafens mit rund 300 LED-Runway- und -Taxi-

way-Feuern zählten dabei zu unseren besonderen Erfolgen. Darüber hinaus konnte HELLA durch die Akquise des dänischen Spezialisten Induperm Komponenten zur Überflurbefeuern in das eigene Sortiment aufnehmen und neue Vertriebskanäle in den skandinavischen Märkten nutzen. Für den Vertrieb von LED-Befeuernskomponenten im amerikanischen Markt konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls ein wichtiger Partner gewonnen werden.

NEUE PRODUKTFAMILIE FÜR PERSONENZÄHLER

Die hohe Kompetenz inameratechnik und Bildverarbeitung nutzt HELLA zur Entwicklung von innovativen und hochgenauen Personenzählgeräten für verschiedene Anwendungen. Die Geräte werden sowohl für die mobile Fahrgastzählung im Schienen- und Busverkehr als auch für ortsfeste Zählungen in Gebäuden eingesetzt. Im Frühjahr 2012 hat HELLA das Portfolio um ein speziell auf die Anforderungen des Einzelhandels abgestimmtes Produkt, den APC-180, erweitert. Im Verlauf von nur drei Jahren hat sich HELLA als Hersteller von Personenzählgeräten mit einem leistungsstarken Produkt fest etabliert und gewinnt zunehmend Marktanteile.

AUSBLICK

- // Weitere Steigerung unseres Umsatzes in Asien, insbesondere China, für die Zielgruppen Truck und Baumaschinen
- // Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch weitere Internationalisierung von Produktions- und Entwicklungskapazitäten
- // Verstärkter Roll-out aller Industries-Produkte im Ausland durch Internationalisierung von Entwicklungs- und Vertriebsaktivitäten



Zahlreiche innovative Produkte stellt HELLA auf internationalen Fachmessen wie der Light+Building vor

**WIE HAT SICH
DAS HELLA
GESCHÄFTS-
JAHR
ENTWICKELT?**

FINANZBERICHT

61 KONZERN-LAGEBERICHT

81 KONZERN-JAHRESABSCHLUSS (AUSZUG)

81 Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

82 Bilanz

83 Kapitalflussrechnung

84 Entwicklung des Anlagevermögens

86 Entwicklung des Eigenkapitals

88 Bestätigungsvermerk

89 WESENTLICHE BETEILIGUNGEN

KONZERN-LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011/2012

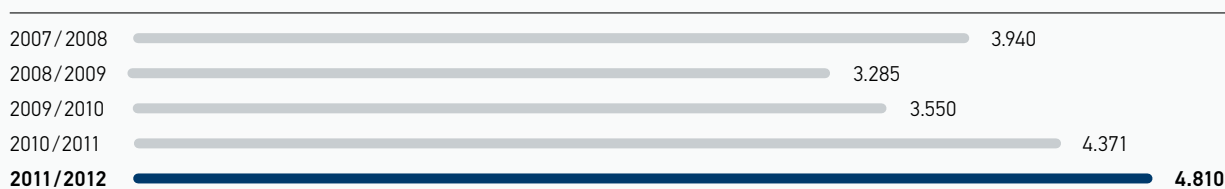
Die HELLA KGaA Hueck & Co. ist als global aufgestelltes Familienunternehmen mit über 27.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an mehr als 70 Standorten in über 30 Ländern vertreten. Für die Automobilindustrie entwickelt und fertigt das Unternehmen seit mehr als 100 Jahren innovative Komponenten und Systeme der Lichttechnik und Elektronik. Außerdem verfügt HELLA europaweit über eine der größten Handelsorganisationen für Kfz-Teile, -Zubehör, Diagnose- und Dienstleistungen. Im Geschäftssegment Special Applications werden Licht- und Elektronikprodukte für industrielle Anwendungen und die Ausrüstung von Spezialfahrzeugen entwickelt, produziert und vermarktet. Im Geschäftsjahr 2011/2012 erzielte der HELLA Konzern einen Umsatz von 4,8 Mrd. Euro und zählt damit sowohl zu den Top 50 der weltweiten Automobilzulieferer als auch zu den 100 größten deutschen Industrieunternehmen.

POSITIVE, ABER FRAGILE WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG – WACHSENDE KONJUNKTURELLE RISIKEN 2012

Nach einer sehr dynamischen Entwicklung der Weltwirtschaft 2010 und in der ersten Jahreshälfte 2011 verlangsamte sich das globale Wirtschaftswachstum zu Beginn des HELLA Geschäftsjahres im zweiten Halbjahr 2011. Ursächlich hierfür waren die negativen Auswirkungen der Schuldenkrise in den Industrieländern, vor allem in der Euro-Zone, und die Probleme bei der Anhebung der Verschuldungsgrenze in den USA. So stieg das Wirtschaftswachstum weltweit um lediglich 3,9%, ein Rückgang von 1,4 Prozentpunkten gegenüber 2010. Die erste Jahreshälfte 2012 entwickelte sich global positiver, als dies nach dem schwachen vierten Quartal 2011 erwartet werden konnte. Die Weltkonjunktur zeigte sich insgesamt stabil, vor allem aufgrund von positiven Impulsen aus den Wachstumsmärkten (BRIC) und den Emerging Countries. Die wirtschaft-

liche Entwicklung und insbesondere die Erwartungen der Marktteilnehmer blieben aber unsicher. In den USA war die wirtschaftliche Dynamik zwar positiv, blieb aber auf einem niedrigen Niveau, sodass Zweifel an einem längerfristigen, selbsttragenden Aufschwung bestehen. Europa entwickelte sich weiterhin sehr heterogen: Einerseits belasteten anhaltende Haushaltsprobleme der Staaten Südeuropas sowie ein zurückhaltendes Kaufverhalten die wirtschaftliche Nachfrage. Andererseits konnten Deutschland und weitere Länder Nord- und Mitteleuropas von einer weiterhin robusten Binnenkonjunktur und einem stabilen Arbeitsmarkt profitieren. Dies sorgte auch für ein leichtes Wachstum der Euro-Zone im ersten Quartal 2012, sodass eine faktische Rezession vermieden werden konnte. Zur Beruhigung der Märkte und Stabilisierung des Finanzwesens trugen neben den eingeleiteten fiskalischen Konsolidierungsmaßnahmen insbesondere die monetären Interventionen der EZB im Dezember 2011 und Februar 2012 bei.

UMSATZERLÖSE HELLA KONZERN (IN MIO. EURO)



WELTAUTOMOBILMARKT WEITERHIN STABIL – VOR ALLEM DANK DEN USA UND CHINA

Im Gesamtjahr 2011 legte der Weltautomobilmarkt für Pkw um 6 % auf 65,4 Mio. Einheiten zu, allerdings verlor diese Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte etwas an Dynamik. Wachstumstreiber waren vor allem die Märkte in den USA, China, Indien und Russland. Der Absatz in Westeuropa lag leicht unter dem Vorjahresniveau, wobei er ohne die stabile Nachfrage aus Deutschland deutlich schlechter ausgefallen wäre. Ein wesentlicher Trend im abgelaufenen Geschäftsjahr war das steigende Interesse an höherwertigen Fahrzeugen, insbesondere in den USA und China. Vor diesem Hintergrund konnten vor allem international aufgestellte Fahrzeugbauer mit Kompetenz im Premiumsegment und starker Marktpräsenz in den Wachstumsmärkten profitieren.

Die Automobilkonjunktur in Europa entwickelte sich weiterhin differenziert. Über das Gesamtjahr 2011 betrachtet, blieb der westeuropäische Pkw-Markt hinter den Neuzulassungen des Vorjahres zurück. Besonders betroffen waren die großen europäischen Automobilmärkte; so verzeichnete Frankreich einen Rückgang um rund 2 %, Italien um 11 %, Großbritannien um 4 % und Spanien um 18 %. Die Gründe lagen hauptsächlich in den Folgen der ungelösten Staatsschuldenkrise und der daraus resultierenden Verunsicherung der Konsumenten. Das schwierige Konjunkturmilieu sowie das Auslaufen staatlicher Subventionsprogramme wirkten sich in der ersten Jahreshälfte 2012 zusätzlich negativ auf den Absatz von Kleinwagen aus. Im Gegensatz dazu konnten Premiumfahrzeuge und Fahrzeuge mit höherwertiger Ausstattung Marktanteile gewinnen. Der deutsche Automobilmarkt erwies sich in diesem

Kontext nach wie vor als Rückgrat der europäischen Automobilkonjunktur. 2011 wuchs er um 9 % auf 3,2 Mio. Fahrzeuge und profitierte dabei von einer robusten Inlandsnachfrage, gestützt durch Firmenwagenkäufe, eine stabile Binnenkonjunktur und steigende Reallöhne. Die deutschen Hersteller konnten darüber hinaus ihr Exportvolumen im Vergleich zum Vorjahr um 7 % auf 4,5 Mio. Pkw steigern und erzielten damit einen neuen Rekordwert. Gegen Ende des Geschäftsjahres machte sich die zunehmende Unsicherheit der Konsumenten in Bezug auf eine mögliche Lösung der Schuldenkrise jedoch auch in Deutschland bemerkbar, sodass der deutsche Pkw-Markt nach positiven Absatzzahlen in den ersten vier Kalendermonaten im Mai 2012 ein Minus von knapp 5 % hinnehmen musste. Auch der Export ging aufgrund der deutlich schwächeren Nachfrage aus Westeuropa im Mai um rund 13 % zurück.

Die Erholung des US-amerikanischen Gesamtmarktes für Light Vehicles, also Pkw und Light Trucks, setzte sich in der zweiten Jahreshälfte 2011 weiter fort. Im Gesamtjahr konnten 12,7 Mio. Light Vehicles abgesetzt werden, was einem Plus von 10 % gegenüber dem Vorjahr entspricht, aber noch immer rund 25 % unter dem hohen Niveau von 2005 liegt. Diese Stabilisierung hielt in der ersten Hälfte 2012 an und wurde insbesondere durch die anziehende Konjunktur, sinkende Arbeitslosenzahlen und den großen Nachholbedarf aufgrund des hohen Durchschnittsalters der Fahrzeugflotte begünstigt. Die deutschen Hersteller konnten ihren Erfolg auf dem US-amerikanischen Markt fortsetzen, in dem sie durchgängig stärker wuchsen als der Markt und ihren Marktanteil insgesamt auf rund 8 % steigerten.

In China setzte 2011 eine Verlangsamung des überdurchschnittlichen Wachstums der Vorjahre ein. Während der chinesische Pkw-Markt noch 2010 ein Absatzplus von 34 % erzielte, wuchs er 2011 mit lediglich 8 % auf 12,8 Mio. Einheiten. Dieses hohe Niveau konnte auch in den ersten Monaten 2012 mit einem leichten einstelligen Wachstum gehalten werden. Besonders hervorzuheben ist dabei das wachsende Interesse chinesischer Kunden an Fahrzeugen der Premiumklasse, von dem vor allem deutsche Hersteller profitieren konnten. Mittlerweile gehöre laut VDA jedes fünfte in China verkaufte Fahrzeug zu einer deutschen Konzernmarke. Damit steigerten sie ihren Marktanteil im Jahr 2011 um rund 1,8 Prozentpunkte auf 19,6 %.

Auch der indische Pkw-Absatz verlor 2011 etwas an Dynamik, wuchs aber trotz restriktiver Geldpolitik und steigender Rohstoffpreise um 6 % auf 2,5 Mio. Pkw-Neuzulassungen. Zu Beginn des Jahres 2012 waren wieder zweistellige Wachstumsraten zu verzeichnen, vor allem aufgrund von Vorzieheffekten, die unter anderem durch eine von der Regierung angekündigte Steuererhöhung auf Dieselfahrzeuge hervorgerufen wurden.

Der japanische Pkw-Markt lag über das Gesamtjahr 2011 betrachtet noch rund 16 % unter den Vorjahreswerten, bedingt durch die Auswirkungen der Natur- und Reaktor-katastrophe im Frühjahr 2011. Zweistellige Wachstumsraten bei den Pkw-Neuzulassungen gegen Ende des Jahres deuteten aber bereits auf einen Aufwärtstrend hin, der durch staatliche Anreize und den großen Nachholbedarf hervorgerufen wurde.

UMSATZ VON 4,8 MRD. EURO ÜBERTRIFFT VORJAHRESREKORD UM 10 %

Mit einem Umsatz von 4,8 Mrd. Euro hat der HELLA Konzern das erfolgreichste Geschäftsjahr seiner Geschichte abgeschlossen. Trotz der verlangsamten makroökonomischen Entwicklung mit deutlichen Schwächetendenzen in Europa erhöhten sich die Umsätze im Vergleich zum vorangegangenen Geschäftsjahr um 10 %. HELLA wächst damit weiterhin deutlich stärker als der Markt. In Relation zum Vorkrisenniveau des Geschäftsjahres 2007/2008 beträgt das Wachstum auf vergleichbarer Basis kumuliert 28 %.

Wichtige Wachstumstreiber für HELLA sind weiterhin die globalen Megatrends der Automobilindustrie, geprägt durch das steigende Umweltbewusstsein, das weiter zunehmende Sicherheitsbedürfnis und die Umstellung der konventionellen Lichttechnik auf LED-Technologie. Daneben sichert die ausgeprägte globale Präsenz einen breiten Marktzugang und schafft Umsatzpotenzial durch die hohen Wachstumsraten der Emerging Markets. Geografisch sieht HELLA auch mittelfristig die größten Wachstumschancen in den Märkten China und Nordamerika, aber auch in Indien und Brasilien.

Im Geschäftsjahr 2011/2012 hat HELLA die internationale Diversifizierung und insbesondere die Aktivitäten in den weltweiten Wachstumsmärkten weiter gezielt vorangetrieben. Dadurch konnte gerade das Geschäft mit den weltweit agierenden Fahrzeugherstellern gestärkt werden. Über 40 % des Konzernumsatzes nach Endkunden werden außerhalb Europas erwirtschaftet. In der Erstausrüstung von Neufahrzeugen, dem Automotive-Segment, liegt der Anteil mit 48 % noch deutlich darüber.

REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN – GJ 2011/2012 HELLA KONZERN

	Absolut (in Mio. Euro)	Relativ
Deutschland	811	17 %
Europa ohne Deutschland	1.987	41 %
Nord- und Südamerika	897	19 %
Asien/Pazifik/RoW	1.115	23 %
Konzernumsatz	4.810	100 %

Mit einem Plus von 12 % konnte die Absatzregion Asien / Pazifik / RoW auch im vergangenen Geschäftsjahr den stärksten Zuwachs verzeichnen. Ihr Anteil am Konzernumsatz betrug 23 %. In der Region Nord- und Südamerika (NSA) wurde der Vorjahresumsatz um 15 % übertroffen und erreichte damit einen Anteil von 19 % am Konzernumsatz.

Deutlich schwächer entwickelte sich dagegen das Geschäft in Europa. Insbesondere die durch die Euro-Krise in besonderem Maße in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung beeinträchtigten Länder Südeuropas waren von stark rückläufiger Nachfrage geprägt. Der Umsatz des HELLA Konzerns im Absatzmarkt Europa ohne Deutschland entwickelte sich daher mit einem Zuwachs von 3 % auch nur leicht positiv. Dagegen blieb der Umsatz in Deutschland, wie schon im Vorjahr, weiterhin ein stabilisierender Faktor der Region. Er legte mit 20 % gegenüber dem Vorjahr kräftig zu. Neben dem nachfrageinduzierten Wachstum im hochvolumigen Neufahrzeugmarkt wurde in Deutschland auch das Geschäft im Aftermarket und in den Special Applications deutlich ausgebaut. Gegenüber dem Vorjahr wuchs der Umsatz um über 30 %.

Insgesamt trugen alle Absatzregionen zu dem hohen Umsatzwachstum des Konzerns bei. Daher verschoben sich die Anteile am Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr auch nur leicht. Das Gewicht der Absatzregion Asien/Pazifik blieb gleich und repräsentiert unverändert 23 % des Konzernumsatzes. Dagegen sank der Anteil des Europageschäfts inklusive Deutschland von 59 % auf 58 %. Im Segment Automotive ging der Europaanteil von 53 % auf 52 % zurück.

Im Automobilbereich gehörten insbesondere die LED-Lichtlösungen für Scheinwerfer und Heckleuchten, Produkte des Energiemanagements sowie Komponenten zu den wesentlichen Treibern des Wachstums. Im Aftermarket entwickelte sich das Geschäft in West- und Südeuropa schwächer, die Aktivitäten in den Emerging Markets, in Osteuropa und Asien sowie in Nordamerika waren dagegen besonders positiv. Neben dem Lichtgeschäft wuchs dort vor allem der Handel mit Thermo-Produkten und Diagnosegeräten. Im Geschäftssegment Special Applications wurden LED-Anwendungen für Spezialfahrzeuge weiterhin stark nachgefragt. Auch im Bereich der fahrzeugunabhängigen Lösungen, wie zum Beispiel der Straßenbeleuchtung, konnte der Umsatz deutlich gesteigert werden.

EBIT ERREICHT MIT 346 MIO. EURO EINE NEUE BESTMARKE

Skaleneffekte aus dem Volumenwachstum und konsequentes Kostenmanagement trugen erneut zu einer deutlichen Steigerung des Profitabilitätsniveaus im HELLA Konzern bei. Mit einem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 346 Mio. Euro wurde die EBIT-Marge, als Verhältnis des operativen Ergebnisses zu den Umsatzerlösen, nochmals deutlich um rund einen Prozentpunkt auf über 7 % gesteigert und erreichte damit eine neue Bestmarke. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich das EBIT um gut 29 %. Das hohe Umsatzwachstum bei überproportionaler Steigerung der Rentabilität im Geschäftsjahr 2011/2012 zeigt die hohe Wettbewerbsfähigkeit des HELLA Konzerns.

Vor Zinsen, Ertragsteuern sowie Abschreibungen und Amortisationen betrug das Ergebnis (EBITDA) 615 Mio. Euro und überstieg damit erstmals die Schwelle von 600 Mio. Euro. Im Verhältnis zum Umsatz betrug das EBITDA rund 13%.

Das Konzernergebnis stieg von 164 Mio. Euro um 41 % auf 231 Mio. Euro. Wie schon in den Vorjahren trugen auch im abgelaufenen Geschäftsjahr wiederum alle drei Geschäftssegmente ihrer Größe angemessen zum Wachstum von Umsatz und Ergebnis bei.

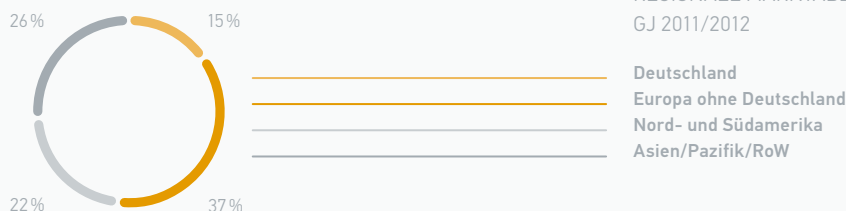
Auf der Beschaffungsseite dominierten weiterhin volatile Rohstoffmärkte, wobei wichtige Indikatoren, wie zum Beispiel der Rohölpreis oder Commodities wie Kupfer und Silber, im Hinblick auf die Eintrübung des makroökonomischen Umfelds deutlich nachgaben. HELLA wirkt der Marktvolatilität durch variable Preisvereinbarungen auf der Einkaufs- wie auch auf der Vertriebsseite entgegen. Das in den Vorjahren noch bedeutsame Engpassmanagement für eingeschränkt verfügbare Elektronikbauteile hat sich im Wesentlichen aufgelöst. Zudem leistete die weiter fortgeschrittene Lokalisierung der Beschaffungsquellen für zugekaufte Komponenten einen wichtigen Beitrag zur Kostendämpfung.

Insgesamt ist die Produktivität deutlich angestiegen. So erhöhte sich der Rohertrag trotz Herausforderungen auf der Materialkostenseite um 1,2 Prozentpunkte auf 26,3% der Umsatzerlöse und trug damit maßgeblich zur erreichten Ergebnissteigerung bei.

Im Zuge des weiteren Ausbaus der Technologieführerschaft und zur Unterstützung des Wachstumskurses erhöhte sich der Aufwand für Forschung und Entwicklung im vergangenen Geschäftsjahr um rund 42 Mio. Euro auf 388 Mio. Euro. Dies entspricht einem Anteil am Umsatz von 8%. HELLA setzt dabei auf den weiteren Ausbau des internationalen Entwicklungsnetzwerks, um lokale Produkte lokal zu entwickeln und zu produzieren. Für HELLA sind die Aufwendungen in Forschung und Entwicklung ein wichtiger Differenzierungsfaktor bei der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und Grundlage einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens. Nicht zuletzt ist die Verfügbarkeit von Entwicklungsressourcen aufgrund der zunehmenden technischen Komplexität von lichttechnischen und elektronischen Produkten ein essenzieller Schlüssel zur Realisierung von weiteren Wachstumschancen.

Die Verwaltungs- und Vertriebskosten stiegen um 58 Mio. Euro auf 568 Mio. Euro an. Der Anstieg der Vertriebskosten basiert im Wesentlichen auf den darin enthaltenen Frachtkosten, die stark mit dem Umsatz korrelieren. Darüber hinaus sind darin auch Setupkosten für den Ausbau des Vertriebsnetzes im Aftermarket enthalten.

Einen starken Anstieg verzeichnete auch das Beteiligungsergebnis, das sich unter anderem aufgrund des sehr erfolgreichen Geschäftsverlaufs in den at Equity bilanzierten Joint Ventures um 52,7 % auf 20,3 Mio. Euro entwickelte. Durch eine günstigere Finanzierungsstruktur konnten die Zinsaufwendungen um 3 Mio. Euro gesenkt werden. Gegenläufig wirkte jedoch eine einmalige Sonderbelastung von 2 Mio. Euro aus einer betrieblichen Steuerprüfung.



ALLE SEGMENTE WIRTSCHAFTLICH ERFOLGREICH

Im Geschäftsjahr 2011/2012 wird aufgrund der zunehmenden Bedeutung für die strategische Entwicklung des HELLA Konzerns erstmals über drei Segmente berichtet: Automotive, Aftermarket und Special Applications.

Erhöhte Wettbewerbsfähigkeit im Erstausrüstungsgeschäft

Das Segment Automotive umfasst das Geschäft mit Produkten der Lichttechnik und Elektronik für Neufahrzeuge im Automobilbereich. In einem internationalen Netzwerk von Entwicklungszentren und Produktionsstätten beliefert HELLA Automobilhersteller weltweit. In diesem Segment profitierte HELLA stark von den gestiegenen Absatzzahlen der Kunden im Automobilsektor. Der konsolidierte Segmentumsatz erhöhte sich von 3,6 Mrd. Euro auf 3,8 Mrd. Euro. Das EBIT belief sich auf 253 Mio. Euro nach 203 Mio. Euro im Vorjahr. Mit einer erzielten EBIT-Marge von 6,6 % wurde die Produktivität des Bereichs Automotive noch einmal deutlich gestärkt. Der strategische Fokus liegt auf dem weiteren Ausbau des weltweiten Entwicklungs- und Produktionsnetzwerks, um die steigende Nachfrage regional bedienen zu können.

LED-Technik und neue Partnerschaften stärken den Aftermarket

Das Segment Aftermarket umfasst das weltweite Handels- und Servicegeschäft sowie Großhandelsaktivitäten in Nord- und Osteuropa. Auch dieses Segment verzeichnete vor allem in den Wachstumsmärkten Osteuropa, Asien und Nordamerika starke Zuwächse. Der konsolidierte Seg-

AUTOMOTIVE

REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN – GJ 2011/2012

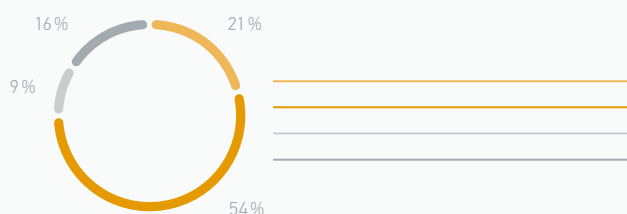
Deutschland
Europa ohne Deutschland
Nord- und Südamerika
Asien/Pazifik/RoW

mentumsatz stieg auf rund 1,1 Mrd. Euro. Das EBIT erhöhte sich um 9 Mio. Euro auf 79 Mio. Euro. In Relation zum Umsatz betrug das EBIT 7,1 %.

Neben dem anhaltenden Wachstum bei der Fahrzeugbeleuchtung hat das wachsende Produktportfolio durch Partnerschaften mit anderen Zulieferern die positive Entwicklung gefördert. Über ein globales Vertriebsnetz betreibt HELLA Kraftfahrzeugeilehandel, ist Servicepartner der freien Werkstätten und beliefert die Ersatzteilorganisationen großer Automobilhersteller.

Spezialanwendungen zeigen hohes Zukunftspotenzial

Im Geschäftsjahr 2011/2012 hat HELLA mit Technik und Prozessen aus den Bereichen Licht und Elektronik weitere Wachstumfelder erschlossen, etwa bei der Straßenbeleuchtung, der Flughafenbefeuern oder bei Personenzählgeräten. Dieses Geschäft wurde erstmals zusammen mit dem Geschäftsfeld Spezielle Erstausrüstung (Special OE) in dem Segment Special Applications gebündelt. Es umfasst nun die Bereiche Special OE und Industries. Hierin enthalten sind sowohl die Erstausrüstung von Spezialfahrzeugen wie Bussen, Caravans, Land- und Baumaschinen, Kommunalfahrzeugen und Trailern als auch gänzlich fahrzeugunabhängige Anwendungen, wie zum Beispiel die Beleuchtungstechnik in der öffentlichen oder gewerblichen Infrastruktur. Die technologische Kompetenz ist eng an das Automotive-Geschäft geknüpft, sodass das Anwendungsspektrum bei LED- und Elektronikprodukten sinnvoll erweitert und gleichzeitig Synergien realisiert werden können. Entsprechend der zunehmenden strategischen und wirtschaftlichen Bedeutung und den im Vergleich zu den bei-



AFTERMARKET UND SPECIAL APPLICATIONS

REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN –
GJ 2011/2012

Deutschland
Europa ohne Deutschland
Nord- und Südamerika
Asien/Pazifik/RoW

den anderen Segmenten unterschiedlichen Marktgegebenheiten ist die eigenständige Darstellung in einem separaten Geschäftssegment eine konsequente Weiterentwicklung.

Im Segment Special Applications wurde im aktuellen Geschäftsjahr ein konsolidierter Umsatz von 323 Mio. Euro erzielt. Dies entspricht einem Wachstum von 26 % im Vergleich zum Vorjahr. Das operative Ergebnis betrug, belastet durch Anlaufkosten des Geschäftsfeldes Industries, 22 Mio. Euro. Die operative Ergebnismarge lag damit bei 6,8 %.

SOLIDES FINANZFUNDAMENT WEITER GESTÄRKT

Im Geschäftsjahr 2011/2012 konnte HELLA auf Basis des operativen Erfolgs die solide und langfristig ausgerichtete Finanzstruktur weiter optimieren. Zur Senkung der Finanzierungskosten wurden bestehende Schuldscheindarlehen in Höhe von 38 Mio. Euro vorzeitig zurückgeführt. Die Nettofinanzschulden, als Saldo der Zahlungsmittel und kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte sowie der kurz- und langfristigen Finanzschulden, sanken um 116 Mio. Euro auf 299 Mio. Euro. Sie betragen damit weniger als die Hälfte des EBITDA und lagen bei deutlich unter einem Drittel des Konzern-Eigenkapitals.

Neben einem niedrigen Verschuldungsgrad setzt HELLA im Rahmen der langfristigen Finanzierungsstrategie auf ein diversifiziertes Portfolio von Finanzinstrumenten mit einem ausgewogenen Fälligkeitsprofil, um sich ein möglichst hohes Maß an Unabhängigkeit von einzelnen Finanzsektoren oder Märkten zu erhalten.

Im langfristigen Bereich sind derzeit vier wesentliche Finanzierungsinstrumente eingesetzt:

• Private Placement

Im Rahmen eines Private Placements wurden in den Jahren 2002 und 2003 in zwei Transaktionen insgesamt 22 Mrd. japanische Yen mit einer Laufzeit von 30 Jahren aufgenommen. Die in den Jahren 2032 und 2033 fälligen Finanzierungen wurden über die Gesamtlaufzeit vollständig gegen Wechselkursschwankungen gesichert. Der gesicherte Wert beträgt insgesamt 175 Mio. Euro. Aufgrund der einschlägigen Bilanzierungsregeln ist die Fremdwährungsverbindlichkeit trotz der Währungssicherung zum Bilanzstichtag mit dem Marktwert auszuweisen. Sie ist daher in den Finanzschulden mit einem Wert von 216 Mio. Euro enthalten.

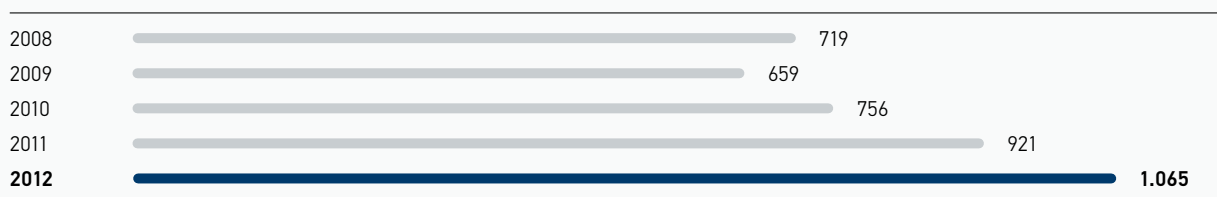
• Kapitalmarktanleihe

Im Rahmen einer Festzinsanleihe wurden im Oktober 2009 insgesamt 300 Mio. Euro mit einer Laufzeit von fünf Jahren am Kapitalmarkt aufgenommen. Die Anleihe notierte am Bilanzstichtag mit einem Kurs von 110,5 und einer Rendite von rund 2,8 %. Sie ist im Oktober 2014 zur Rückzahlung fällig.

• Förderfinanzierung

Im Jahr 2010 hat die Europäische Investitionsbank für die Finanzierung von zukunftsweisenden Entwicklungsprojekten in den Bereichen Energieeffizienz und Fahr-sicherheit ein zinsgünstiges Darlehen in Höhe von 150 Mio. Euro mit einer Laufzeit von fünf Jahren gewährt. Die Rückzahlung erfolgt im Jahr 2015.

EIGENKAPITAL HELLA KONZERN (IN MIO. EURO; JEWEILS 31. MAI)



• Syndizierte Kreditfazilität

Im Juni 2011 wurde mit einem Konsortium aus internationalen Banken eine syndizierte Kreditfazilität mit einem Volumen von 550 Mio. Euro und einer Laufzeit von fünf Jahren vereinbart. Diese Kreditlinie dient als reines Backup und ist nicht gezogen.

Neben der langfristig abgesicherten Finanzierung verfügt HELLA über liquide Mittel von 429 Mio. Euro und hochliquide Wertpapiere von 42 Mio. Euro. Bei einem operativen Bedarf an liquiden Mitteln von rund 150 Mio. Euro besteht auch unter Risikogesichtspunkten ein ausreichender Bestand an Liquiditätsreserven.

Das Volumen der liquiditätswirksamen Verkäufe von Handelsforderungen wurde zum Bilanzstichtag im Vergleich zum Vorjahr um 50 Mio. Euro auf insgesamt 100 Mio. Euro erhöht. Da es sich um echte Verkäufe ohne Rückgriffsrechte handelt, haben sich insoweit das Working Capital sowie die bilanzielle Nettoverschuldung vermindert.

Neben den bilanzierten Finanzverbindlichkeiten bestehen in geringem Umfang auch Verpflichtungen aus operativen Leasingverhältnissen. Der Barwert der hieraus resultierenden Mindestleasingzahlungen betrug zum Bilanzstichtag 46 Mio. Euro.

Angesichts der sehr positiven geschäftlichen und finanziellen Entwicklung hat die Ratingagentur Moody's das Rating für den HELLA Konzern im Februar 2012 bei einem weiterhin stabilen Ausblick um eine Stufe auf Baa2 heraufgestuft. Nach Angaben von Moody's reflektiert die Aufwertung von HELLA die verbesserte Profitabilitätssituation sowie die solide bilanzielle Finanzlage. Nach Rating-

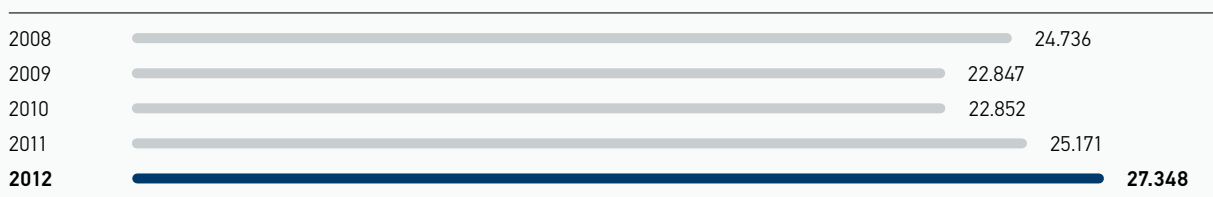
einschätzung wird diese positive Entwicklung weiterhin unterstützt durch die marktführende Position in der Lichttechnologie, im unabhängigen europäischen Teilehandel sowie in der Elektronik. Darüber hinaus hebt Moody's den nachgewiesenen Erfolg im Kostenmanagement sowie in der Steigerung der operativen Leistungsfähigkeit hervor.

Der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich um 234 Mio. Euro auf 625 Mio. Euro. Die Investitionen ohne die Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmensanteilen bzw. Kapitalerhöhungen erhöhten sich um 73 Mio. Euro auf 386 Mio. Euro. Diese Investitionen umfassen hauptsächlich Erhaltungs- und Erweiterungsinvestitionen für Gebäude, Maschinen, Anlagen und anderes Equipment. Sie sind in der Regel kleinteiliger Art und dienen der Kapazitätsanpassung zur Erfüllung bestehender Kundenaufträge. Auf Investitionen entfielen vorzeitige Zahlungen durch Kunden in Höhe von 72 Mio. Euro, sodass die damit saldierten Investitionen netto 314 Mio. Euro betragen. Nach Dividenden betrug der gesamte freie Cashflow 199 Mio. Euro.

EIGENKAPITALQUOTE AUF ÜBER 32 % GESTEIGERT

Die Bilanzsumme stieg im Vergleich zum Vorjahr um 389 Mio. Euro auf 3,3 Mrd. Euro. Neben dem weiteren Aufbau von liquiden und liquiditätsähnlichen Mitteln in Höhe von 115 Mio. Euro resultierte der Anstieg im Wesentlichen aus den wachstumsbedingten Investitionen in Sachanlagen. Im Bereich des Working Capitals konnte durch ein dezidiertes Verbesserungsprogramm gebundenes Kapital freigesetzt werden. Der Saldo aus Handelsforderungen und -verbindlichkeiten sowie Vorräten ging um rund 43 Mio.

MITARBEITER/-INNEN HELLA KONZERN (JEWEILS 31. MAI)



Euro auf 678 Mio. Euro zurück. Die Rückstellungen erhöhten sich von 295 Mio. Euro auf 371 Mio. Euro. Davon entfallen 163 Mio. Euro auf die Rückstellung für Pensionsverpflichtungen.

Das Eigenkapital wuchs von 921 Mio. Euro auf 1.065 Mio. Euro und lag damit erstmals über der Schwelle von 1 Mrd. Euro. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 32,1 %. Bereinigt um den hohen Bestand an Zahlungsmitteln und kurzfristigen Wertpapieren betrug sie 37,5 %.

PERSONALAUFBAU FÜR WEITERES WACHSTUM

Zum 31. Mai 2012 beschäftigte der HELLA Konzern weltweit 27.348 Mitarbeiter/-innen, was einem Anstieg von 8,6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Rund 7 Prozentpunkte hiervon sind auf organisches Wachstum zurückzuführen, die restlichen 1,6 Prozentpunkte resultieren aus der erstmaligen Konsolidierung neuer Gesellschaften.

Intensivierung der Recruiting-Aktivitäten

Der Ausbau unseres globalen Entwicklungs- und Produktionsnetzwerks erfordert neue Maßnahmen in der Personalauswahl. Gerade in den Wachstumsregionen wird es zunehmend herausfordernder, qualifiziertes Fachpersonal zu gewinnen. Infolgedessen haben wir unsere Recruiting-Aktivitäten im Berichtsjahr weiter intensiviert. So wurde beispielsweise die Zusammenarbeit mit Hochschulen ausgebaut, die Präsenz auf Recruiting-Messen erhöht, eigene zielgerichtete Recruiting-Events veranstaltet und die Direktansprache von Kandidaten forciert. Vor diesem Hintergrund wurde der Personalaufbau in den Wachstumsregionen China, Indien, Mexiko und Osteuropa erfolgreich

vorangetrieben und insbesondere für die Bereiche Forschung und Entwicklung konnten zahlreiche neue Mitarbeiter/-innen für HELLA gewonnen werden.

Durch den systematischen Ausbau verschiedener Einstiegsprogramme wurde zudem die Attraktivität von HELLA als Arbeitgeber gesteigert. Schwerpunkte lagen insbesondere auf einer noch internationaleren Ausrichtung der Programme sowie einer konstanten Verbesserung der Betreuung. So stehen beispielsweise den Studierenden des dualen HELLA Vollzeit-Bachelor-Programms in Deutschland seit kurzem interne Experten als Mentoren zur Seite, die die Studierenden bei fachlichen Fragen beraten und die Anbindung an die Fachabteilungen sicherstellen. Während ihrer Praktika werden die Studierenden durch technische und unternehmensspezifische Schulungen optimal auf eine zukünftige Position bei HELLA vorbereitet. Darüber hinaus wurde das bereits etablierte HELLA Trainee-Programm weiter ausgebaut und die Zahl der Trainees signifikant gesteigert.

Systematische Trainings- und Qualifizierungsprogramme

Im abgelaufenen Geschäftsjahr stieg die Zahl unserer Personalqualifizierungsmaßnahmen weltweit weiter an. Neben der Einführung eines globalen High-Potentials-Programms lag der Fokus vor allem auf der Implementierung eines systematischen Trainings- und Qualifizierungsprogramms für neue Mitarbeiter/-innen. Das Programm ist speziell darauf ausgelegt, neu aufgebaute bzw. stark wachsende Standorte in Asien, NSA und Osteuropa in möglichst kurzer Zeit operativ fit zu machen. Kern des Programms ist die systematische Ermittlung von Soll-Ist-Qualifikationsprofilen für jeden einzelnen Mitarbeiter, auf

ANZAHL MITARBEITER/-INNEN IM HELLA KONZERN NACH REGIONEN

	31.05.2012	+/-	Anteil
Deutschland	10.572	4%	39%
Europa ohne Deutschland	9.296	14%	34%
Nord- und Südamerika	2.955	8%	11%
Asien/Pazifik/RoW	4.525	9%	16%
Stammebelegschaft weltweit	27.348	9%	100%

deren Basis dann ein individuell abgestimmter, zielgerichteter Trainingsplan entwickelt wird. Vorgesehen ist in diesem Zusammenhang auch, dass erfahrene Mitarbeiter/-innen anderer HELLA Standorte die neuen Kollegen mit ihrer Kompetenz unterstützen. So wurde der Austausch im weltweiten HELLA Expertennetzwerk insbesondere durch Entsendungen und Job-Rotationen im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter gefördert.

Maßnahmen zur langfristigen Personalbindung

Der Erfolg von HELLA beruht maßgeblich auf dem Engagement, den Leistungen und dem Einfallsreichtum unserer Mitarbeiter/-innen. Von daher liegt ein besonderes Augenmerk auf dem Aspekt der langfristigen Mitarbeiterbindung. Vor diesem Hintergrund wurde bei HELLA im Berichtsjahr erstmalig eine weltweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt, um konkrete Anhaltspunkte hinsichtlich wesentlicher Größen wie Mitarbeiterzufriedenheit und -loyalität zu gewinnen. Zugleich sollte die Relevanz einzelner Faktoren wie Führungskultur, Arbeitsklima, Arbeitsbedingungen, Vergütung, Unternehmenskultur und -werte für die Mitarbeiter/-innen bewertet werden.

Als zentrales Ergebnis der Befragung ist festzuhalten, dass die überwiegende Mehrheit der Mitarbeiter/-innen mit HELLA als Arbeitgeber zufrieden ist. Besonders geschätzt werden vor allem die kooperative Führungskultur, die unternehmerischen Freiräume, die strategische Aufstellung sowie Internationalität des Unternehmens. Deutlich wurde in dem Kontext auch, dass Aspekte wie Vereinbarkeit von Familie und Beruf für unsere Mitarbeiter/-innen zunehmend an Bedeutung gewinnen. Angesichts dieser Tatsache wurden individuell abgestimmte Arbeitszeitmodelle forciert und das Thema Kinderbetreuung weiter vorangetrie-

ben. So sollen in den nächsten Jahren neben dem bereits bestehenden „HELLA Kinderhaus“ in Lippstadt drei weitere Betriebskindergärten an HELLA Standorten in Deutschland errichtet werden. Darüber hinaus wurde im Berichtsjahr erstmalig ein umfangreiches Sport- und Gesundheitsprogramm für die Beschäftigten eingeführt.

TECHNOLOGIE- UND INNOVATIONSFÜHRERSCHAFT LANGFRISTIG DURCH FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG SICHERN

Langfristiges Wachstum gelingt mit innovativen, an den zentralen Trends der Automobilindustrie ausgerichteten Produkten. Zur Stärkung der Innovationskraft und zum Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit haben Forschung und Entwicklung bei HELLA einen hohen Stellenwert. Mit 388 Mio. Euro Investitionen in Forschung und Entwicklung und einem Anteil von 8 % am Umsatz blieben die Aufwendungen auch im Geschäftsjahr 2011/2012 auf einem weiterhin hohen Niveau. Neben Investitionen in neue Technologien zur Reduzierung von CO₂-Emissionen und Kraftstoffverbrauch, intelligente Komponenten für das Energiemanagement sowie innovative Fahrerassistenz-Systeme forcierte HELLA im abgelaufenen Geschäftsjahr auch den Ausbau des internationalen Entwicklungsnetzwerks, insbesondere an den Standorten in China und Mexiko. Wir sind der Ansicht, dass lokale Präsenz und Kundennähe für die erfolgreiche Entwicklung individueller Lösungen ganz entscheidend sind. Beispielsweise werden in unserem neu errichteten Design- und Entwicklungszentrum in Guadalajara, Mexiko, final rund 120 Mitarbeiter/-innen beschäftigt sein. Das auf Energiemanagement und Lichttechnik spezialisierte Entwicklungszentrum in Nanjing,

FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSLEISTUNGEN

	2011/2012	+/-	2010/2011	2009/2010	2008/2009	2007/2008
Mitarbeiter/-innen F & E	4.832	25 %	3.882	3.517	3.262	3.528
AUFWENDUNGEN IN MIO. EURO						
Lichttechnik	142	11 %	128	111	120	126
Elektronik	224	10 %	204	171	169	169
Aftermarket & Special Applications	22	57 %	14	14	16	15
Gesamt	388	12 %	346	296	305	310
(in % vom Umsatz)	8,1		7,9	8,3	9,3	7,9

China, startete in diesem Geschäftsjahr. In Westeuropa und den USA machte sich hingegen der Fachkräftemangel besonders bemerkbar, sodass es eine Herausforderung darstellt, ausreichend geeignete Mitarbeiter/-innen zu gewinnen. Insgesamt stieg die Zahl der Mitarbeiter/-innen in Forschung und Entwicklung um 25 % auf über 4.800 Beschäftigte. Damit waren insgesamt 18 % aller HELLA Mitarbeiter/-innen in Forschung und Entwicklung tätig.

LED für alle Fahrzeugsegmente verfügbar machen

Der Megatrend LED hat auch im abgelaufenen Geschäftsjahr alle Bereiche der Fahrzeugbeleuchtung entscheidend geprägt. Hauptlichtfunktionen in LED-Technologie (Voll-LED-Scheinwerfer) beschränken sich bisher in erster Linie auf Fahrzeuge der Oberklasse. Damit sich die Lichtquelle LED langfristig auch in unteren Fahrzeugsegmenten etablieren kann, ist eine deutliche Kostenreduktion in der Entwicklung und Produktion von Voll-LED-Hauptscheinwerfern unverzichtbar. HELLA ist mit der langjährigen Erfahrung im Einsatz von LEDs sowie der umfassenden Elektronikkompetenz für Ansteuergeräte für diese Herausforderung gut positioniert.

Ein weiterer Trend, der sich zunehmend auch in unteren Fahrzeugsegmenten durchsetzt, ist das Bedürfnis nach fahrzeugspezifischen Designs, die eine individuelle Lichtsignatur bei Nacht erzeugen und eine Identifizierung des Fahrzeugs ermöglichen. Solche Technologien sind im Geschäftsjahr 2011/2012 erprobt und in Kombination mit neuen Materialien und Lichtquellen erfolgreich in Prototypen umgesetzt worden.

Weltweit wachsendes Umweltbewusstsein und Sicherheitsdenken erfordern neue Technologien

Rechtliche Rahmenbedingungen, stetig steigende Kraftstoffpreise und nicht zuletzt ein wachsendes Umweltbewusstsein verlangen zunehmend nach neuen Technologien zur Emissions- und Verbrauchsreduzierung von Fahrzeugen. In diesem Bereich bieten wir unseren Kunden bereits heute ein umfassendes Produktportfolio und arbeiten darüber hinaus an einer Vielzahl weiterer Applikationen. Ein gutes Beispiel aus unserem bestehenden Portfolio sind unsere Vakuumpumpen zur elektrischen Bremskraftunterstützung. Da sie wie viele andere Erfolgsprodukte von HELLA rein bedarfsorientiert arbeiten, können deutliche Einsparungen in Bezug auf CO₂-Emissionen und Kraftstoffverbrauch erzielt werden. Dies trifft auch auf unsere elektrische Lenk kraftunterstützung zu, die im Vergleich zur hydraulischen Servolenkung Einsparungen von bis zu 0,8 Litern Kraftstoff pro 100 Kilometer und 20 Gramm CO₂ je Kilometer ermöglicht.

Momentan wird im Geschäftsbereich Elektronik an zahlreichen weiteren Technologien gearbeitet, die Fahrzeuge effizienter gestalten, darunter etwa der sogenannte Kühlergrill-Aktuator. Bei geschlossenen Kühlergrill-Lamellen erreicht der Motor schneller die optimale Betriebstemperatur, was sowohl Kraftstoffverbrauch als auch Abgase reduziert; benötigt der Motor Kühlung, werden die Lamellen geöffnet. Ebenfalls, wenn auch indirekt, trägt ein neues, aktives Fahrpedal zu einem umweltbewussteren Fahren bei. Es gibt dem Fahrer eines Hybridfahrzeugs beispielsweise Rückmeldung darüber, ob er im elektrischen oder verbrennungsmotorischen Bereich fährt. Damit kann bei jedem Antriebskonzept eine ökonomische Fahrweise erlernt und weiter optimiert werden.

Darüber hinaus steht auch die weitere Steigerung der Fahrsicherheit durch verbesserte Fahrerassistenz-Systeme im Mittelpunkt der Entwicklungstätigkeiten. Ziel solcher neuen Systeme ist vor allem die Unterstützung des Fahrers in zunehmend komplexeren Fahrsituationen bei dichter werdendem Verkehrsaufkommen. HELLA bietet solche Systeme auf Basis von 24-GHz-Radarsensoren an, die im Vergleich zu anderen Systemen kostengünstiger und damit langfristig auch in mittleren und unteren Fahrzeugsegmenten einsetzbar sind. Zusammen mit dem Radarspezialisten InnoSenT werden wir unsere Radarkompetenz ausbauen und gemeinsam innovative Lösungen für weitere anspruchsvolle Funktionen entwickeln, wie zum Beispiel Assistenzfunktionen für das rückwärtige Ausparken in unübersichtlichen Parksituationen.

Automobile Trends neu definieren

Das Vorgehen im Bereich Special Applications unterscheidet sich von den klassischen F&E-Aktivitäten der Erstausrüstung. HELLA forciert hier in erster Linie den Transfer von technologischen Erkenntnissen und bestehenden Lösungen aus dem Automotive-Geschäft in andere Produktfelder sowie für neue Kundengruppen. Dadurch können Innovationen schneller, kostengünstiger und maßgeschneidert auch bei kleinen Absatzmengen, beispielsweise in Spezialfahrzeugen wie Bussen, Trailern oder Wohnmobilen, implementiert werden. Die steigende Zahl an LED-Lösungen für Arbeitsscheinwerfer und Kennleuchten belegt diesen Trend. HELLA arbeitet daher an der schrittweisen Erweiterung dieser Produktfamilien um LED-Komponenten. Darüber hinaus wächst bei Herstellern von Spezialfahrzeugen das Bedürfnis nach fahrzeugspezifischen Designlösungen. So wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr zunehmend Licht-

leittechnologien für Wohnmobile und Busse entwickelt. In unserem Geschäftsfeld Industries arbeiteten wir vor allem an der Applikation bereits bestehender Produkte für andere Kundensegmente. Grundlage dafür ist der modulare Aufbau all unserer Produkte in diesem Bereich. So wurde das Lichtmodul unserer Straßenbeleuchtungsserie Eco Street-Line erfolgreich an die Anforderungen von Parkhäusern, Tankstellen und Waschstraßen angepasst. Hierdurch erreichen wir eine hohe kostenseitige Wettbewerbsfähigkeit bei gleichzeitig hohem technologischem Standard. Weitere Anwendungen, etwa für Montageplätze oder Kühlhäuser, werden derzeit mit unseren Kunden optimiert.

UMWELT: MIT NETZWERKEN NOCH EFFIZIENTER

Auch im Geschäftsjahr 2011/2012 hat das Thema Umweltmanagement weiter an Bedeutung gewonnen. Neben der stetigen Optimierung des Energie- und Ressourcenverbrauchs von Prozessen und Produkten stand insbesondere die Stärkung der Zusammenarbeit im internationalen „HELLA Umweltnetzwerk“ im Fokus. So konnten beispielsweise die chinesischen Produktionsstandorte im Rahmen einer Workshopserie stärker vernetzt werden. Dieses Netzwerk bildet den Ausgangspunkt für weiteres, effizientes Umweltmanagement an den chinesischen Standorten.

Die Standardisierung von Umweltprozessen und Managementsystemdokumenten steigert die Effizienz innerhalb der HELLA Verbundzertifizierung. Darüber hinaus wurden zwei weitere Standorte in die weltweite Verbundzertifizierung nach ISO 14001 integriert, die nun 33 Produktionsstandorte umfasst. Bei den externen Zertifizierungsaudits

im Jahr 2011 konnten die durchschnittlichen Abweichungen pro auditiertem Standort auf 0,46 reduziert werden. Im Vergleich mit fünf weiteren Automobilzulieferern erzielte HELLA damit den zweiten Platz.

Weiterhin sind die beiden Werke in Lippstadt die einzigen Standorte von HELLA, die dem EU-weiten Handel mit Treibhausgasemissionszertifikaten („CO₂-Zertifikate“) unterliegen. Dabei hat HELLA erheblich weniger CO₂ emittiert als zugebilligt.

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Für einen nachhaltigen Geschäftserfolg ist es notwendig, die mit unternehmerischem Handeln verbundenen Risiken frühzeitig zu erkennen und mit Weitblick zu steuern. Sich bietende Chancen und Möglichkeiten werden genutzt, während Risiken nur eingegangen werden, sofern durch das damit verbundene Geschäft ein angemessener Beitrag zum Unternehmenswert erzielt werden kann.

CHANCEN

Die Kombination der Geschäftsaktivitäten Licht und Elektronik innerhalb des Automotive-Segments birgt erhebliches Potenzial. In einem Umfeld zunehmend komplexer werdender Scheinwerfer ist HELLA einer der wenigen Anbieter, der innovative Lichtsysteme und die zugehörige Ansteuerlektronik aus einer Hand bietet. Zudem ist HELLA durch die Abdeckung der drei zentralen automobilen Megatrends Sicherheit, Umwelt und Komfort wettbe-

werbsfähig positioniert. Insbesondere mit Blick auf das steigende ökologische Bewusstsein in zahlreichen Märkten ist HELLA hier mit Produkten zur Erhöhung der Effizienz und Verbesserung des Energiemanagements attraktiv aufgestellt. In Ergänzung zum Automotive-Geschäft gibt HELLA im Aftermarket Trends der automobilen Erstausrüstung direkt an den freien Teilehandel weiter. Wesentliche Wachstumspotenziale ergeben sich dabei aus dem Ausbau von Vertriebsnetz und Produktportfolio sowie der weiteren Marktdurchdringung. Zusätzliche Wachstumschancen resultieren aus dem noch recht jungen Geschäftsfeld Industries, in dem wir unsere technologische Kompetenz auf Anwendungen und Produkte außerhalb der Automobilindustrie übertragen.

Die sich rasant entwickelnden Emerging Countries bieten aufgrund der bisher noch sehr geringen Pkw-Dichte erhebliche Chancen für weiteres Wachstum. In diesem Zusammenhang plant HELLA in China verschiedene Kooperationen sowie die Erweiterung der eigenen Kapazitäten. Mit dem führenden chinesischen Automobilhersteller BAIC hat HELLA noch im Mai ein Kooperationsabkommen für ein geplantes Joint Venture geschlossen. Beide Partner streben an, das Joint Venture bis Ende des Jahres 2012 zu realisieren.

Als vorteilhaft für die Erschließung der Emerging Markets erweist sich der hohe Internationalisierungsgrad, den HELLA in Forschung und Entwicklung sowie der Produktion erreicht hat. Auf diese Weise ist es uns nicht nur möglich, am Wachstum zu partizipieren, sondern Produkte auch nah an den jeweiligen Markt- und Kundenbedürfnissen zu entwickeln. So kommen wir den Lokalisierungsten-

denzen zahlreicher Automobilhersteller entgegen und können HELLA als zuverlässigen Partner mit langjähriger Marktpräsenz positionieren.

Innerhalb des HELLA Konzerns existieren effektive Prozesse und Systeme zur Früherkennung, Analyse, Bewertung, Steuerung, Dokumentation und Kommunikation von Risiken. Die Ordnungsmäßigkeit und Effizienz dieser Prozesse und Kontrollsysteme wird durch die weltweit tätige Revision regelmäßig überprüft.

INTERNE KONTROLLE IN DER RECHNUNGSLEGUNG

Das interne Kontrollsystem der Rechnungslegung ist Bestandteil des konzernweiten internen Kontrollsystems und Risikomanagements. Es umfasst Organisations-, Kontroll- und Überwachungsstrukturen, die dazu dienen, eine ordnungsgemäße Erfassung und Bewertung von Geschäftsvorfällen sowie deren Übernahme in das Finanzberichtswesen sicherzustellen. Im Rahmen des Risikomanagements werden Analysen und Bewertungen durchgeführt, die zur Identifikation von Einflussfaktoren auf die Rechnungslegung und das Berichtswesen beitragen und die Definition geeigneter Maßnahmen zur korrekten Erfassung ermöglichen. Konzernweit relevante Regelungen zur Rechnungslegung, die zusammen mit der Abschlussplanung den Prozess der Abschlusserstellung bestimmen, sind in einem Bilanzierungsbuch kodifiziert. Ergeben sich Änderungen von Gesetzen und Standards in der Rechnungslegung, werden diese frühzeitig hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf das Finanzberichtswesen analysiert und, falls notwendig, in das Konzernberichtswesen

aufgenommen. Die Einzelabschlüsse werden eigenverantwortlich von den lokalen Gesellschaften erstellt, wobei diese durch das Konzernrechnungswesen unterstützt und überwacht werden. Durch geeignete EDV-Systeme wird die Konsistenz der gemeldeten und geprüften Abschlussdaten sichergestellt. Die Konsolidierung der Einzelabschlüsse erfolgt überwiegend zentral, in begründeten Einzelfällen, wie beispielsweise bei Joint Ventures, werden auch Teilkonzern-Abschlüsse in den Konzern-Abschluss einbezogen.

Die Effektivität rechnungslegungsbezogener interner Kontrollen wird durch die interne Revision kontinuierlich überprüft. Die mit der Finanzberichterstattung betrauten Mitarbeiter/-innen erhalten regelmäßige Unterweisungen. Die Bewertung komplexer Sachverhalte, wie beispielsweise der Pensionsverpflichtungen, erfolgt je nach Bedarf mit der Unterstützung durch externe Partner. Darüber hinaus umfasst das Kontrollsystem weitere präventive und Transparenz schaffende Maßnahmen, zu denen umfassende Plausibilisierungen, die Funktionstrennung und das Vier-Augen-Prinzip gehören. Weiterhin tragen die im Rahmen des Risikomanagements durchgeführten Analysen dazu bei, Risiken mit Einfluss auf die Finanzberichterstattung zu identifizieren und Maßnahmen zu ihrer Minimierung einzuleiten.

Die Wirksamkeit dieses internen Kontrollsystems wird durch die verantwortlichen Konzerngesellschaften und -bereiche mithilfe eines EDV-gestützten Systems beurteilt und durch die Revision in Stichproben überprüft. Die Geschäftsführung und Aufsichtsgremien werden über die Resultate in regelmäßigen Abständen informiert.

RISIKOMANAGEMENT

Unternehmerische Risiken resultieren für den weltweit tätigen HELLA Konzern im Wesentlichen aus der zunehmenden Internationalisierung von Geschäftsaktivitäten und der Intensivierung des Wettbewerbs, aus Unternehmenszusammenschlüssen auf Kunden- oder Beschaffungsseite sowie aus Absatzmarkt- und Konjunkturschwankungen. Als technologisch anspruchsvolles Unternehmen besteht für HELLA überdies das Risiko, qualifizierte Fachkräfte für den Entwicklungsbereich nicht oder in nicht ausreichender Zahl einstellen und langfristig halten zu können.

Vor dem Hintergrund der Staatsschuldenkrise in den entwickelten Volkswirtschaften, insbesondere in Europa, dem Heimatmarkt von HELLA, sind auch die makroökonomischen Risiken durch Turbulenzen des Euro-Währungsraums zu berücksichtigen. Insbesondere eine Auflösung des Euro würde alle wirtschaftlichen Akteure, inklusive HELLA, vor substantielle und nicht gänzlich absehbare Probleme stellen.

Dem Management von Produktions- und Entwicklungsprozessen kommt innerhalb des HELLA Konzerns ein besonderer Stellenwert zu, da eventuelle Prozessschwächen zu Leistungsstörungen gegenüber Erstausrüstungskunden führen könnten, die hohe Folgeschäden durch Produktionsunterbrechung auf Kundenseite nach sich ziehen. Durch Rückstellungen im Jahresabschluss bzw. in der Unternehmensplanung finden solche erkennbaren und ergebnisrelevanten Belastungen, jeweils unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften, Berücksichtigung.

Der antizyklische Geschäftsaufbau des HELLA Konzerns wirkt sich stabilisierend auf die Gesamtgeschäftslage aus. Die einander ergänzenden Segmente der automobilen Erstausrüstung, des Handelsgeschäfts mit freien Werkstätten, Teile- und Großhändlern sowie das Special Applications-Geschäft mit Industriekunden gewährleisten eine risikooptimierte Position des Unternehmens, auch im Fall unerwarteter Markt- oder Branchenveränderungen.

Auch die globale Ausrichtung und insbesondere die vermehrten Aktivitäten in den Wachstumsregionen sind entscheidend für den Ausgleich gesamtwirtschaftlicher Risiken und konjunktureller Schwankungen in einzelnen Regionen. Durch Diversifizierung in den Geschäftsbereichen und das damit verbundene breite Kundenspektrum erreicht HELLA darüber hinaus ein hohes Maß an Unabhängigkeit von einzelnen Kunden. Aus diesen Gründen sieht die Geschäftsführung auch bei Eintreten außerordentlicher Markt- oder Kundenrisiken keine grundsätzliche Beeinträchtigung für das Unternehmen. Der kontinuierliche Ausbau der Marktpräsenz wird daher im Sinne einer weiteren Stabilisierung der Geschäftsaktivitäten forciert.

HELLA sichert die mit hohem Aufwand entwickelten Technologien über Patente und andere Schutzrechte, sofern dies für das Unternehmen strategisch sinnvoll ist. Die Einhaltung dieser Rechte durch den Wettbewerb wird kontinuierlich überwacht und mögliche Verletzungen entsprechend verfolgt. Neben der Verletzung eigener Rechte besteht aber auch das Risiko, dass HELLA selbst die Rechte Dritter verletzt, da auch Wettbewerber, Zulieferer oder Kunden eine große Zahl von Schutzrechten anmelden. Das Bestehen von wirksamen Schutzrechten ist bei gewissen Prozessen,

Methoden und Anwendungen nicht immer eindeutig bestimmbar. Daher könnte HELLA in bestimmten Ländern die Produktion, Einfuhr oder Nutzung relevanter Technologien untersagt werden oder eine Schadenersatzpflicht eintreten.

Potenzielle Risiken sollen durch verschiedene aufbau- und ablauforganisatorische Maßnahmen frühzeitig transparent gemacht werden. Sie ermöglichen es der Geschäftsführung, rechtzeitig und in angemessener Weise auf erkannte Risiken zu reagieren und ihnen entgegenzuwirken. Eine detaillierte Unternehmensplanung wird jährlich mit Blick auf die kommenden drei Geschäftsjahre durch verantwortliche Bereiche der Gesellschaften und der Konzernzentrale, wie etwa Vertrieb, Einkauf, Finanzen und Controlling, erstellt. Neben regelmäßigen, standardisierten Managementberichten sind die verantwortlichen Führungskräfte verpflichtet, relevante Veränderungen des Risikoprofils unverzüglich an die Unternehmensleitung weiterzugeben. Bei Themen, die einer großen Unsicherheit bzw. Volatilität unterliegen, werden auch Szenarioanalysen systematisch eingesetzt. Die grundlegende Unternehmensentwicklung wird regelmäßig in enger Abstimmung mit dem Gesellschafterausschuss und dem Aufsichtsrat überprüft.

Finanzwirtschaftliche Risiken durch Währungs- und Zinsschwankungen werden im Rahmen der Gruppenfunktion Treasury in Abstimmung mit der Geschäftsführung gesteuert, derivative Finanzinstrumente werden selektiv eingesetzt. Darüber hinaus werden Risiken aus Währungsschwankungen durch den lokalen Bezug von Materialien in der jeweiligen Währungs- und Absatzregion beschränkt.

Um das Zinsänderungsrisiko zu minimieren, nutzt HELLA derivative Zinsgeschäfte ausschließlich zu Absicherungszwecken. Fremdwährungsrisiken werden zentral erfasst und gesichert. Dadurch erzielt HELLA eine optimierte Risikosteuerung und weitere Kosteneinsparungen bei der Sicherung aufgrund der Gegenläufigkeit vieler Positionen. Die Sicherung von Währungsrisiken erfolgt im Wesentlichen durch Devisentermingeschäfte, die auf die im Rahmen der Geschäftsplanung erwarteten Fremdwährungsströme abgestimmt sind. Zur Sicherung von Rohstoffpreisschwankungen verfolgt HELLA die gleiche Strategie. Derivative Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Sicherung von operativen Grundgeschäften verwendet.

Langfristige Kredite, Schuldscheine, eine Euro-Anleihe und ein langfristiger Yen-Bond sichern die Liquiditätslage des Konzerns ausreichend ab. Darüber hinaus steht dem Konzern eine bisher nicht gezogene syndizierte Kreditlinie langfristig zur Verfügung, die im Juni 2011 auf 550 Mio. Euro bei einer Laufzeit bis 2016 erweitert wurde. In Kreditverträgen vereinbarte Bedingungen, deren Nichteinhaltung durch das Unternehmen zu einem Kündigungsrecht des Kreditgebers führen kann, werden laufend systematisch überwacht. Die entsprechenden Finanzkennzahlen sind Bestandteil des Managementberichtswesens. Die bestehenden Vereinbarungen beinhalten auch für das Szenario eines starken wirtschaftlichen Abschwungs ausreichenden Spielraum.

Durch aktives Forderungsmanagement und eine intensive Lieferantenentwicklung minimiert HELLA systematisch Ausfallrisiken. Bestehende und neue Lieferanten werden

regelmäßigen Qualitätsprüfungen unterzogen, ihrer Leistungsfähigkeit wird, wenn nötig, weiterentwickelt. Der gesamte interne Entwicklungsprozess für neue Produkte unterliegt dezidierten Vorgaben mit klar definierten Meilensteinen zur Prüfung und Überwachung der Qualitätsstandards. Ein umfassendes Qualitätsmanagement reduziert überdies Risiken, die aus der Produktion oder Lieferung fehlerhafter Teile entstehen könnten. Darüber hinaus bestehen Versicherungen zur Abdeckung von Gewährleistungsverpflichtungen aus Serienschäden.

Im politischen und externen Bereich ergeben sich für HELLA insbesondere durch die Globalisierung der Märkte und rechtliche Entwicklungen Risiken. Hier sind besonders die zusätzlichen Konsequenzen aus der Erweiterung von Gewährleistungsverpflichtungen zu nennen. Risiken aus Naturkatastrophen oder Epidemien ist HELLA über ein allgemein übliches Maß hinausgehend nicht ausgesetzt.

Die Einhaltung von Vorschriften und gesellschaftlichen Normen – „Compliance“ – ist eine tragende Säule für nachhaltigen Unternehmenserfolg. Im HELLA Konzern sind die maßgeblichen Spielregeln in einem Verhaltenskodex, dem Code of Conduct, für alle Mitarbeiter/-innen verbindlich geregelt. Angesichts der steigenden Komplexität der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen nehmen die Herausforderungen zur Gewährleistung von Compliance stetig zu und eröffnen so neue Risikofelder für das Unternehmen. Regelmäßige Schulungen und Unterweisungen, bei Bedarf auch mit Unterstützung externer Experten, sind daher ein wesentlicher Baustein des kontinuierlichen Compliance-Managements.

Die beschriebenen Risiken bzw. Risikofelder sind in den Risiko- und Compliance-Managementprozess eingebunden. Zudem verfügt HELLA über einen angemessenen Versicherungsschutz.

Der Unternehmensleitung sind keine Entwicklungen bekannt, die nachhaltig die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage belasten und damit den Fortbestand des Konzerns gefährden könnten.

AUSBLICK: WACHSTUMSCHANCEN TROTZ UNSICHEREM WIRTSCHAFTLICHEN UMFELD

Nach Angaben des Internationalen Währungsfonds wird sich das Weltwirtschaftswachstum im Verlauf des Jahres 2012 mit voraussichtlich 3,5% verlangsamt fortsetzen. Kommt es jedoch zu einer erneuten Verschlechterung der Euro-Schuldenkrise, kann die Weltwirtschaft allerdings auch in eine Rezession abgleiten. In Europa erscheint die Situation aufgrund großer wirtschaftlicher Probleme der hochverschuldeten südeuropäischen Länder und der hohen Unsicherheit der Finanzmärkte weiterhin äußerst schwierig und unsicher. Inwieweit sich Deutschland trotz der guten Lage am Arbeitsmarkt, Reallohnzuwächsen, einer robusten Binnenkonjunktur und anhaltender Exporterfolge von dieser Entwicklung abkoppeln kann, bleibt offen. Der Aufschwung in den USA verläuft mit schwacher Dynamik und erscheint ohne expansionistische Maßnahmen der US-Notenbank nicht selbsttragend. Offen bleibt der wirtschaftliche Ausblick für die Vereinigten Staaten nach dem Präsidentschaftswahlkampf im November 2012, der tradi-

tionell stimulierend wirkt. Die weitere wirtschaftliche Entwicklung in der Welt erscheint somit nach wie vor sehr unsicher. Maßgeblich für die Weltwirtschaft wird immer mehr die Entwicklung Chinas sein. China und mit Abstrichen die anderen neuen Wachstumsmärkte werden voraussichtlich die bestimmenden Impulsgeber für den Verlauf der globalen Konjunktur in der zweiten Jahreshälfte 2012 sowie 2013 sein.

Für die Automobilindustrie werden mit Ausnahme Westeuropas grundsätzlich positive Wachstumsimpulse aus allen relevanten Fahrzeugmärkten erwartet. Allerdings werden die weltweiten Neuzulassungen 2012 das hohe Vorjahresniveau voraussichtlich nicht erreichen. Für das Kalenderjahr 2012 wird für Westeuropa mit einem Rückgang von 5 % auf 12 Mio. Neuzulassungen gerechnet. Für den Fall, dass es zu einer weiteren Verschärfung der Schuldenkrise kommt bzw. Deutschland stärker negativ betroffen wird, kann sich der westeuropäische Pkw-Markt noch deutlich schlechter entwickeln. Zudem könnten weiter steigende Kraftstoffpreise das Neuwagengeschäft belasten. In diesem Umfeld sollten insbesondere Hersteller und Zulieferer mit energieeffizienten Technologien Wachstumschancen besitzen. Insgesamt scheint die Anpassung von Überkapazitäten bei den europäischen Herstellern aufgrund der anhaltenden Nachfrageschwäche an Bedeutung zu gewinnen. Dies kann auch zu Konsequenzen für die Zulieferer führen, die maßgeblich den europäischen Markt bedienen.

In den USA könnten die Entschuldung der privaten Haushalte, die Entspannung am Arbeitsmarkt sowie nachlassende Kraftstoffpreise zu einem weiteren Anstieg der Fahrzeug-

verkäufe beitragen. Für 2012 und 2013 wird, ausgehend von einem bereits heute überdurchschnittlich hohen Alter der Fahrzeugflotte, mit weiterem Wachstum gerechnet.

Der chinesische Fahrzeugmarkt wird den Wachstumskurs in den kommenden Jahren auf hohem Niveau fortsetzen, allerdings mit abnehmenden Steigerungsraten. Für das Jahr 2012 wird ein einstelliger prozentualer Anstieg der Pkw-Produktion von 12,2 auf rund 13 Mio. Fahrzeuge erwartet. Anreizmechanismen der chinesischen Regierung scheinen auch bei sinkender Wirtschaftsdynamik einen stabilen Automobilmarkt zu gewährleisten.

Die Einschätzungen zum weltweiten Automobilmarkt und zu den regionalen Entwicklungen stehen allerdings unter dem Vorbehalt, dass es nicht zu einer drastischen wirtschaftlichen Verschlechterung aufgrund der makroökonomischen Probleme in den Industriestaaten und den fragilen Finanzmärkten kommt.

Vor dem Hintergrund einer international ausgerichteten Kundenstruktur, des kontinuierlichen Ausbaus des weltweiten Produktions- und Entwicklungsnetzwerkes sowie strukturell erzielter Verbesserungen und Produktivitätssteigerungen wird sich HELLA im kommenden Geschäftsjahr voraussichtlich weiter positiv entwickeln können. Hierbei sind makroökonomische Schocks, beispielsweise das Auseinanderfallen der Euro-Zone, nicht berücksichtigt. Das ausbalancierte Geschäftsportfolio mit den Segmenten Automotive, Aftermarket und Special Applications sollte auch im Geschäftsjahr 2012/2013 eine stabile Entwicklung des Unternehmens gewährleisten und profitables Wachstum in allen Geschäftssegmenten unterstützen. Mittelfris-

tig erwartet HELLA, außer im Heimatmarkt Europa, vor allem in den Märkten China und Nordamerika wachsen zu können. Darüber hinaus werden auch in Indien und Brasilien die Geschäftsaktivitäten ausgeweitet. Der Auf- und Ausbau von Kapazitäten in Entwicklung und Fertigung sowie die Stärkung bestehender Vertriebsstrukturen in diesen Regionen werden in den kommenden Jahren im Fokus stehen. In Europa wird HELLA mit hochwertigen Produkten in den Feldern Lichttechnik und Elektronik sowie im Aftermarket trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen gut positioniert sein. Einem anderen Geschäftszyklus als Automotive und somit risikodiversifizierend für den Konzern unterliegt das Special Applications-Geschäft mit Fokus auf LED- und Elektronikanwendungen in speziellen Nischenmärkten. Auch in diesem Segment sind substantielle Wachstumschancen in den nächsten Jahren gegeben.

Unter der Voraussetzung, dass weitere gravierende ökonomische Verwerfungen ausbleiben, erwartet der HELLA Konzern trotz des zunehmend unsichereren konjunkturellen Umfeldes für das Geschäftsjahr 2012/2013 weiterhin Zuwächse beim Umsatz im mittleren einstelligen Prozentbereich bei gleich bleibendem operativem Ergebnisniveau sowie für das Geschäftsjahr 2013/2014 ein leichtes Umsatzwachstum im unteren einstelligen Prozentbereich. Die Finanz- und Vermögenslage wird sich entsprechend weiter verbessern.

Die in diesem Bericht getroffenen zukunftsbezogenen Aussagen beruhen auf aktuellen Einschätzungen des HELLA Managements. Sie unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von HELLA bezüglich

einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise das zukünftige Marktumfeld und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, das Verhalten der übrigen Marktteilnehmer, die erfolgreiche Integration von Neuerwerben und Realisierung der erwarteten Synergieeffekte sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollten einer dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen. Es ist von HELLA weder beabsichtigt noch übernimmt HELLA eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach Abschluss des Geschäftsjahres 2011/2012 waren keine Vorgänge von besonderer Bedeutung zu verzeichnen. Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns hat sich in den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres weiter positiv entwickelt.

Lippstadt, 27. Juli 2012

The image shows two handwritten signatures in black ink. The first signature on the left is 'J. Behrend' and the second signature on the right is 'Rolf Breidenbach'. Both are written in a cursive, flowing style.

Dr. Jürgen Behrend

Dr. Rolf Breidenbach

KONZERN-GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG

der HELLA KGaA Hueck & Co.; 1. Juni 2011 bis 31. Mai 2012

T€	2011/2012	2010/2011
Umsatzerlöse	4.810.213	4.371.113
Kosten des Umsatzes	-3.543.344	-3.275.051
Bruttogewinn	1.266.869	1.096.062
Forschungs- und Entwicklungskosten	-388.269	-345.633
Vertriebskosten	-391.589	-342.911
Verwaltungsaufwendungen	-176.884	-167.970
Andere Erträge und Aufwendungen	23.006	20.702
Ergebnisanteile aus at Equity bilanzierten Beteiligungen	20.335	13.320
Übrige Beteiligungserträge	2.921	3.070
Erträge aus Wertpapieren und sonstigen Ausleihungen	3.354	189
Sonstiges Finanzergebnis	-14.012	-8.989
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	345.731	267.840
Zinserträge	8.170	7.168
Zinsaufwendungen	-46.506	-46.187
Zinsergebnis	-38.336	-39.019
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	307.395	228.821
Ertragsteueraufwendungen	-76.294	-65.031
Ergebnis der Periode	231.101	163.790
davon zuzurechnen:		
den Eigentümern des Mutterunternehmens	222.801	154.411
den Minderheitenanteilen	8.300	9.379

BILANZ

der HELLA KGaA Hueck & Co.; zum 31. Mai 2012

T€	31. Mai 2012	31. Mai 2011
Zahlungsmittel	429.338	295.806
Finanzielle Vermögenswerte	42.141	60.313
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	647.042	621.501
Sonstige Forderungen und nichtfinanzielle Vermögenswerte	101.961	77.408
Vorräte	543.393	536.902
Ertragsteueransprüche	19.518	7.647
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0	13.112
Kurzfristige Vermögenswerte	1.783.393	1.612.689
Immaterielle Vermögenswerte	233.719	186.017
Sachanlagen	1.092.739	951.201
Finanzielle Vermögenswerte	30.583	38.599
At Equity bilanzierte Beteiligungen	86.578	87.319
Latente Steueransprüche	81.292	45.160
Sonstige langfristige Vermögenswerte	7.144	5.008
Langfristige Vermögenswerte	1.532.055	1.313.304
Vermögenswerte	3.315.448	2.925.993
Finanzschulden	91.700	56.394
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	512.321	437.329
Ertragsteuerschulden	52.049	35.351
Sonstige Verbindlichkeiten	451.097	348.677
Rückstellungen	125.103	96.880
Kurzfristige Schulden	1.232.270	974.631
Finanzschulden	679.212	714.729
Latente Steuerschulden	26.128	21.049
Sonstige Verbindlichkeiten	66.532	96.431
Rückstellungen	246.069	197.754
Langfristige Schulden	1.017.941	1.029.963
Gezeichnetes Kapital	200.000	200.000
Rücklagen und Bilanzergebnisse	826.815	689.131
Eigenkapital vor Minderheiten	1.026.815	889.131
Minderheitenanteile	38.422	32.268
Eigenkapital	1.065.237	921.399
Eigenkapital und Schulden	3.315.448	2.925.993

KAPITALFLUSSRECHNUNG

der HELLA KGaA Hueck & Co.; für die Zeit vom 1. Juni 2011 bis 31. Mai 2012

T€	2011/2012	2010/2011
Gewinn vor Ertragsteuern	307.395	228.821
+ Abschreibungen	268.770	296.745
+/- Veränderung der Rückstellungen	8.911	-34.359
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	29.183	-25.282
+/- Verlust/Gewinn aus der Veräußerung von Gegenständen des Anlagevermögens	-7.230	3.421
+/- Veränderung der finanziellen Vermögenswerte/Schulden	0	3.008
+/- Zinsergebnis	38.336	39.019
+/- Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-25.541	-124.876
+/- Ab-/Zunahme der Vorräte	-6.491	-95.812
+/- Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	85.817	169.492
+ Erhaltene Zinsen	3.358	1.782
- Gezahlte Zinsen	-39.518	-41.083
- Gezahlte Steuern	-43.265	-35.754
+ Erhaltene Steuererstattungen	1.858	2.616
+ Erhaltene Dividenden	3.000	3.040
= Netto Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	624.583	390.778
+ Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	37.193	35.889
- Auszahlung für die Beschaffung von Sachanlagen	-379.650	-315.491
+ Einzahlungen aus dem Verkauf immaterieller Vermögenswerte	4	644
- Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten	-43.773	-34.159
+ Einzahlungen aus dem Verkauf finanzieller Vermögenswerte	0	2.148
- Auszahlung für den Erwerb von finanziellen Vermögenswerten	-6.062	-6.861
+ Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochterunternehmen	2.458	0
- Auszahlung für den Erwerb von Tochterunternehmen	-19.670	-3.488
- Veränderung der Kapitaleinlagen an assoziierten Unternehmen	-20.899	0
= Netto Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-430.399	-321.318
- Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzschulden	-64.077	-112.245
+ Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzschulden	14.520	153.446
- Ausstattung Pensionsfonds	0	-112.707
+ Einzahlungen aus dem Verkauf von Wertpapieren	20.168	0
- Auszahlungen aus der Tilgung von Genussscheinen	-1.077	-1.146
- Gezahlte Dividende	-40.018	-21.642
= Netto Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-70.484	-94.294
= Netto Veränderung der Zahlungsmittel	123.700	-24.834
+ Finanzmittelbestand am 1. Juni	295.806	329.842
+/- Konsolidierungskreisbedingte Änderungen der Zahlungsmittel	0	631
+/- Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel	9.832	-9.833
= Finanzmittelbestand am 31. Mai	429.338	295.806

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

der HELLA KGaA Hueck & Co.

SACHANLAGEN T€	GRUNDSTÜCKE UND GRUND- STÜCKSGLEICHE RECHTE	TECHNISCHE ANLAGEN UND MASCHINEN	ERZEUGNIS- GEBUNDENE BETRIEBSMITTEL	ANDERE ANLAGEN, BETRIEBS- UND GESCHÄFTS- AUSSTATTUNG	ANLAGEN IM BAU	GESAMT
ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN						
Stand 1. Juni 2010	512.760	1.259.196	779.543	316.610	83.343	2.951.453
Veränderungen Konsolidierungskreis	33.759	28.365	6.764	2.855	1.119	72.862
Währungsumrechnung	-6.008	-11.195	-910	-3.257	-1.282	-22.652
Zugänge	12.345	108.147	38.080	31.314	129.042	318.928
Abgänge	-8.977	-37.590	-8.312	-15.163	-15.592	-85.634
Umbuchungen	6.550	46.935	19.381	2.204	-76.454	-1.384
Stand 31. Mai 2011	550.429	1.393.858	834.547	334.563	120.176	3.233.573

KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN

Stand 1. Juni 2010	273.046	907.640	645.012	244.478	0	2.070.176
Veränderungen Konsolidierungskreis	8.510	16.973	1.467	2.808	32	29.790
Währungsumrechnung	-1.824	-3.804	-630	-2.172	0	-8.430
Zugänge	19.851	123.114	57.366	26.800	0	227.131
Abgänge	-10.918	-33.166	-3.058	-14.038	0	-61.180
Erfasste Wertminderungen	6.627	18.880	12.136	3.835	1.524	43.002
Wertaufholung	-11.724	-4.239	0	-802	0	-16.765
Umbuchungen	-331	-972	1	-50	0	-1.352
Stand 31. Mai 2011	283.237	1.024.426	712.294	260.859	1.556	2.282.372
Buchwerte 31. Mai 2011	267.192	369.432	122.253	73.704	118.620	951.201

ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN

Stand 1. Juni 2011	550.429	1.393.858	834.547	334.563	120.176	3.233.573
Veränderungen Konsolidierungskreis	-9.656	-442	-20.518	5.288	364	-24.964
Währungsumrechnung	5.630	12.921	2.157	2.820	2.086	25.614
Zugänge	17.236	112.209	35.114	42.635	171.501	378.695
Abgänge	-8.430	-39.193	-21.875	-10.647	-1.005	-81.150
Umbuchungen	16.388	74.076	19.105	985	-112.290	-1.736
Stand 31. Mai 2012	571.597	1.553.429	848.530	375.644	180.832	3.530.032

KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN

Stand 1. Juni 2011	283.237	1.024.426	712.294	260.859	1.556	2.282.372
Veränderungen Konsolidierungskreis	-6.261	-1.308	-20.255	2.164	7	-25.653
Währungsumrechnung	2.691	7.128	1.712	2.866	7	14.404
Zugänge	15.907	116.354	49.998	26.720	441	209.420
Abgänge	-2.080	-32.960	-18.429	-9.833	-7	-63.309
Erfasste Wertminderungen	4.706	11.671	6.653	4.406	188	27.624
Wertaufholung	-5.358	-480	-11	0	-496	-6.345
Umbuchungen	1.861	-33	1.312	-3.064	-1.296	-1.220
Stand 31. Mai 2012	294.703	1.124.798	733.274	284.118	400	2.437.293
Buchwerte 31. Mai 2012	276.894	428.631	115.256	91.526	180.432	1.092.739

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE TE	AKTIVIERTE ENTWICKLUNGS- KOSTEN	GESCHÄFTS- ODER FIRMEN- WERT	ERWORBENE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE	GESAMT
ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN				
Stand 1. Juni 2010	221.490	64.646	118.319	404.455
Veränderungen Konsolidierungskreis	727	8.191	452	9.370
Währungsumrechnung	-675	-17	-232	-924
Zugänge	28.025	324	9.503	37.852
Abgänge	-2.607	0	-1.383	-3.990
Umbuchungen	1.793	-50	-359	1.384
Stand 31. Mai 2011	248.753	73.094	126.300	448.147

KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN

Stand 1. Juni 2010	105.449	8.922	104.897	219.268
Veränderungen Konsolidierungskreis	723	0	305	1.028
Währungsumrechnung	-223	-1	-172	-396
Zugänge	28.228	0	6.662	34.890
Abgänge	-1.144	0	-1.357	-2.501
Erfasste Wertminderungen	1.049	7.494	0	8.543
Wertaufholung	0	0	-54	-54
Umbuchungen	1.511	0	-159	1.352
Stand 31. Mai 2011	135.593	16.415	110.122	262.130
Buchwerte 31. Mai 2011	113.160	56.679	16.178	186.017

ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN

Stand 1. Juni 2011	248.753	73.094	126.300	448.147
Veränderungen Konsolidierungskreis	21.922	37.355	1.834	61.111
Währungsumrechnung	2.870	-16	345	3.199
Zugänge	30.946	961	12.778	44.685
Abgänge	-17.686	0	-289	-17.975
Umbuchungen	-1.037	0	2.773	1.736
Stand 31. Mai 2012	285.768	111.394	143.741	540.903

KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN

Stand 1. Juni 2011	135.593	16.415	110.122	262.130
Veränderungen Konsolidierungskreis	4.522	0	0	4.522
Währungsumrechnung	1.438	5	196	1.639
Zugänge	25.977	0	8.752	34.729
Abgänge	-125	0	-272	-397
Erfasste Wertminderungen	3.157	897	2	4.056
Wertaufholung	-715	0	0	-715
Umbuchungen	-429	0	1.649	1.220
Stand 31. Mai 2012	169.418	17.317	120.449	307.184
Buchwerte 31. Mai 2012	116.350	94.077	23.292	233.719

ENTWICKLUNG DES EIGENKAPITALS

der HELLA KGaA Hueck & Co.; für die Zeit vom 1. Juni 2011 bis 31. Mai 2012

T€	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	RÜCKLAGE FÜR WÄHRUNGS- DIFFERENZEN	RÜCKLAGE FÜR FINANZINSTRUMENTE ZUR ZAHLUNGS- STROMSICHERUNG
Stand 31. Mai 2010	200.000	0	- 9.807	- 65.632
Ergebnis der Periode	0	0	0	0
Sonstiges Ergebnis der Periode	0	0	-20.367	28.708
Gesamtergebnis der Periode	0	0	- 20.367	28.708
Eigenkapitalzuführungen und Ausschüttungen an Anteilseigner	0	3.061	0	0
Veränderungen bei Eigentumsanteilen an Tochterunternehmen	0	0	0	0
Transaktionen mit Anteilseignern	0	3.061	0	0
Stand 31. Mai 2011	200.000	3.061	- 30.174	- 36.924
Ergebnis der Periode	0	0	0	0
Sonstiges Ergebnis der Periode	0	0	39.099	-36.076
Gesamtergebnis der Periode	0	0	39.099	- 36.076
Ausschüttungen an Anteilseigner	0	-3.061	0	0
Transaktionen mit Anteilseignern	0	-3.061	0	0
Stand 31. Mai 2012	200.000	0	8.925	- 73.000

RÜCKLAGE FÜR FINANZINSTRUMENTE ZUR VERÄUSSERUNG	VERSICHERUNGS- MATHEMATISCHE GEWINNE UND VERLUSTE	ANDERE GEWINN- RÜCKLAGEN/ GEWINNVORTRAG	SUMME	MINDERHEITEN- ANTEILE	GESAMTKAPITAL
683	-535	614.059	738.768	17.585	756.353
0	0	154.411	154.411	9.379	163.790
1.870	7.909	0	18.120	0	18.120
1.870	7.909	154.411	172.531	9.379	181.910
0	0	-22.755	-19.694	-1.948	-21.642
0	0	-2.474	-2.474	7.252	4.778
0	0	-25.229	-22.168	5.304	-16.864
2.553	7.374	743.241	889.131	32.268	921.399
0	0	222.801	222.801	8.300	231.101
-1.707	-48.433	0	-47.117	-128	-47.245
-1.707	-48.433	222.801	175.684	8.172	183.856
0	0	-34.939	-38.000	-2.018	-40.018
0	0	-34.939	-38.000	-2.018	-40.018
846	-41.059	931.103	1.026.815	38.422	1.065.237

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Zu dem vollständigen Konzern-Abschluss und Konzern-Lagebericht hat der gesetzliche Abschlussprüfer nachfolgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

Wir haben den von der HELLA KGaA Hueck & Co., Lippstadt, aufgestellten Konzern-Abschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung, Konzerngesamtergebnisrechnung, Konzernbilanz, Konzernkapitalflussrechnung, Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals und Konzern-Anhang – sowie den Konzern-Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Juni 2011 bis 31. Mai 2012 geprüft. Die Aufstellung von Konzern-Abschluss und Konzern-Lagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzern-Abschluss und den Konzern-Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzern-Abschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzern-Abschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzern-Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzern-Abschluss und Konzern-Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung um-

fasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzern-Abschlusses und des Konzern-Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzern-Abschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzern-Lagebericht steht in Einklang mit dem Konzern-Abschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bielefeld, den 16. August 2012

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Rehnen
Wirtschaftsprüfer

Droste
Wirtschaftsprüfer

WESENTLICHE BETEILIGUNGEN

BETEILIGUNGEN IN DEUTSCHLAND IN PROZENT

			%
Produktionsgesellschaften	HELLA Innenleuchten-Systeme GmbH (HIS)	Deutschland	100,0
	HELLA Fahrzeugkomponenten GmbH (HFK)	Deutschland	100,0
	HELLA Trailer Systems GmbH (HTS)	Deutschland	100,0
	HELLA Leuchten-Systeme GmbH (HLS)	Deutschland	100,0
	HELLA Werkzeug Technologiezentrum GmbH (HWT)	Deutschland	100,0
	Behr-Hella Thermocontrol GmbH (BHTC)*	Deutschland	50,0
	Docter Optics GmbH (DOCO)**	Deutschland	60,9
	HBPO Beteiligungsgesellschaft mbH (HBPO(H))**	Deutschland	33,3
	InnoSent GmbH**	Deutschland	50,0
Vertriebsgesellschaften	HELLA Distribution GmbH (HD)	Deutschland	100,0
	Behr Hella Service GmbH (BHS)*	Deutschland	50,0
	Hella Gutmann Holding GmbH (HGHO)	Deutschland	87,5
Sonstige Gesellschaften	Enko Automotive GmbH (ENKO)	Deutschland	100,0
	HELLA Aglaia Mobile Vision GmbH (HAGL)	Deutschland	100,0
	HELLA Corporate Center GmbH (HCC)	Deutschland	100,0
	HELLA Electronics Engineering GmbH (HEER)	Deutschland	100,0
	Reinhold Poersch GmbH (RP(H))	Deutschland	100,0

BETEILIGUNGEN IN EUROPA OHNE DEUTSCHLAND IN PROZENT

			%
Produktionsgesellschaften	HELLA Lighting Finland Oy (HLF)	Finnland	100,0
	HELLA Fahrzeugteile Austria GmbH (HFA)	Österreich	100,0
	HELLA Innenleuchten-Systeme Bratislava, s.r.o. (HISB)	Slowakei	100,0
	HELLA Slovakia Signal-Lighting s.r.o. (HSKS)	Slowakei	100,0
	HELLA Slovakia Front-Lighting s.r.o. (HSKF)	Slowakei	100,0
	HELLA Saturnus Slovenija d.o.o. (HSS)	Slowenien	100,0
	Manufacturas y Accesorios Electricos S.A. (MAESA)	Spanien	100,0
	HELLA Autotechnik spol. s.r.o. (HAT)	Tschechien	100,0
	HELLA Autotechnik Nova s.r.o. (HAN)	Tschechien	100,0
	HELLA Romania s.r.l. (HRO)	Rumänien	100,0
	Induperm A/S	Dänemark	100,0
	Hella-Bekto Industries d.o.o.	Bosnien und Herzegowina	70,0

Vertriebsgesellschaften	HELLA N.V. (HBE)	Belgien	100,0
	FTZ Autodele & Værktøj A/S (FTZDK)	Dänemark	71,1
	HELLA A/S (HDK)	Dänemark	100,0
	Merca Trading Oy Ab (MEFIN)**	Finnland	35,5
	HELLA S.A.S. (HFR)	Frankreich	100,0
	HELLA Limited (HLGB)	Großbritannien	100,0
	HELLA Ireland Limited (HIEL)	Irland	100,0
	HELLA S.p.A. (HIT)	Italien	100,0
	HELLA B.V. (HBVNBL)	Niederlande	100,0
	HELLANOR A/S (HELLANOR)	Norwegen	100,0
	HELLA Handel Austria GmbH (HHA)	Österreich	100,0
	HELLA Polska Sp. z o.o. (HPL)	Polen	100,0
	INTER-TEAM Sp. z o.o. (ITPL)	Polen	50,0
	HELLA S.A. (HES)	Spanien	100,0
	HELLA CZ, s.r.o. (HCZ)	Tschechien	100,0
	Intermobil Otomotiv Mümessillik Ve Ticaret A.S. (IOTR)	Türkei	51,0
	HELLA Hungária Kft. (HHU)	Ungarn	100,0
Sonstige Gesellschaften	Nordic Forum Holding A/S (NFH)	Dänemark	100,0
	HELLA Engineering France S.A.S. (HEF)	Frankreich	100,0
	HELLA Corporate Center Central & Eastern Europe s.r.o. (HCCEE)	Tschechien	70,0
BETEILIGUNGEN IN AMERIKA IN PROZENT			%
Produktionsgesellschaften	HELLA Automotive Mexico S.A. de C.V. (HAM)	Mexiko	100,0
	HELLA Electronics Corporation (HEC)	USA	100,0
	HELLA do Brazil Automotive Ltda.	Brasilien	100,0
Vertriebsgesellschaften	HELLAmex S.A. de C.V. (HELLAMEX)	Mexiko	100,0
	HELLA Inc. (HIUSA)	USA	100,0
	Hella Mining LLC (HMUS)**	USA	60,0
Sonstige Gesellschaften	HELLA Centro Corporativo Mexico S.A. de C.V. (HCCM)	Mexiko	100,0
	HELLA Corporate Center USA, Inc. (HCCU)	USA	100,0
	HELLA Lighting Corporation (HLC)	USA	100,0

BETEILIGUNGEN IN ASIEN/PAZIFIK IN PROZENT

			%
Produktionsgesellschaften	HELLA Australia Pty Ltd. (HA/HAAU)	Australien	100,0
	HELLA Shanghai Electronics Co., Ltd. (HSE)	China	100,0
	HELLA Changchun Tooling Co., Ltd. (HCT)	China	100,0
	Changchun HELLA Automotive Lighting Ltd. (HCL)	China	100,0
	Beifang HELLA Automotive Lighting Ltd. (HBL)	China	100,0
	HELLA (Xiamen) Automotive Electronics Co. Ltd. (HAE)	China	100,0
	Beijing SamLip Automotive Lighting Ltd. (BSL)**	China	49,0
	HELLA India Electronics Private Limited (HIE)	Indien	100,0
	Hella India Lighting Ltd. (HIL)	Indien	81,9
	HELLA-New Zealand Limited (HNZ)	Neuseeland	100,0
	Hella-Phil., Inc. (HPI)	Philippinen	90,0
	HSL Electronics Corporation (HSL)**	Südkorea	50,0
	Mando Hella Electronics Corp. (MHE)**	Südkorea	50,0
	HELLA (Xiamen) Electronic Device Co. Ltd.	China	100,0
	Changchun Hella Faway Automotive Lighting Co. Ltd.**	China	49,0
	Vertriebsgesellschaften	HELLA Korea Inc. (HKI)	Südkorea
HELLA Asia Singapore Pte. Ltd. (HSG)		Singapur	100,0
HELLA Trading (Shanghai) Co., Ltd. (HCN)		China	100,0
OOO Orum Merca (MERUS)**		Russland	35,5
HELLA Middle East FZE (HMEA)		Vereinigte Arabische Emirate	100,0
Sonstige Gesellschaften	HELLA Asia Pacific Pty Ltd. (HAP(H))	Australien	100,0
	HELLA Asia Pacific Holdings Pty Ltd. (HAPH(H))	Australien	100,0
	HELLA Corporate Center (China) Co., Ltd. (HCCC)	China	100,0

BETEILIGUNGEN IN AFRIKA IN PROZENT

			%
Produktionsgesellschaften	HELLA Automotive South Africa Pty. Ltd. (HASA)	Südafrika	100,0

Der Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen stehen auch im Internet unter www.hella.de (Deutsch) und www.hella.com (Englisch) zum Download zur Verfügung.

Weitere Informationen

Carl Pohlschmidt

Tel. +49 2941 38-6653

Fax +49 2941 38-476653

carl.pohlschmidt@hella.com




www.hella.com











 NORD- UND
 SÜDAMERIKA
2.948
 Mitarbeiter

WELTWEITE ENTWICKLUNGS-, PRODUKTIONS- UND VERTRIEBSPRÄSENZ

LEGENDE

-  Vertrieb
-  Produktion
-  Entwicklung

Nord- und Südamerika

- Brasilien 
- Mexiko   
- USA   

Afrika

- Südafrika 



EUROPA
19.868
Mitarbeiter



ASIEN/PAZIFIK
4.470
Mitarbeiter



AFRIKA
62
Mitarbeiter

Europa

Belgien	■	Irland	■	Russland	■
Dänemark	■	Italien	■	Slowakei	▲ ●
Deutschland	■ ▲ ●	Niederlande	■	Slowenien	▲ ●
Finnland	▲ ●	Norwegen	■	Spanien	■ ▲
Frankreich	■ ●	Österreich	■ ▲ ●	Tschechien	■ ▲ ●
Griechenland	■	Polen	■	Türkei	■
Großbritannien	■	Rumänien	▲ ●	Ungarn	■

Asien/Pazifik

Australien	■ ▲ ●	Neuseeland	■ ▲ ●
China	■ ▲ ●	Philippinen	■ ▲
Dubai	■	Singapur	■
Indien	■ ▲ ●	Südkorea	■ ▲ ●
Japan	■		

HELLA KGaA Hueck & Co.

Rixbecker Straße 75
59552 Lippstadt /Germany
Tel. +49 2941 38-0
Fax +49 2941 38-7133
info@hella.com
www.hella.com

© HELLA KGaA Hueck & Co., Lippstadt
920 999 033-093 KB / 09.12 / 1.2
Printed in Germany

